

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA SYSTÉMOVÉHO INŽENÝRSTVÍ

Analýza a návrh aplikace CRM systému pro podporu přijímání studentů na VŠ

The Analysis and Design of a CRM System to Support Admission of Students to University

Student: Bc. Lukáš Šeděnka

Vedoucí diplomové práce: Ing. Radek Němec

Ostrava 2012

“Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou práci včetně příloh, vypracoval samostatně.”

Rád bych zde poděkoval svému vedoucímu diplomové práce Ing. Radku Němcovi za trpělivost a cenné připomínky při zpracování této práce a také mé rodině a přítelkyni Hance za podporu během celého mého studia.

27. dubna 2012

1 Obsah

1.	Úvod	4
2	Teoretická východiska pro vývoj CRM systému	6
2.1	Marketing.....	6
2.2	Řízení vztahu se zákazníky	7
2.2.1	Životní cyklus zákazníka	8
2.2.2	Vývojový trend sociální CRM	9
2.2.3	Využití CRM na vysokých školách.....	10
2.3	Systémy CRM	11
2.3.1	Funkcionalita CRM systémů	11
2.3.2	Typy CRM systému	13
2.3.3	Lokální nebo hostované řešení?	14
2.3.4	Stručný přehled řešení	15
2.3.5	Microsoft Dynamics CRM	16
2.4	Metodiky.....	18
2.4.1	Proč používat metodiky	18
2.4.2	Definice pojmů.....	19
2.4.3	Principy metodik	21
2.4.4	Typy metodik	22
2.4.5	Výhody metodik.....	23
2.5	Metodika Sure Step	25
2.5.1	Stručný popis jednotlivých fází projektu.....	28
2.6	Dílčí shrnutí	31
3	Analýza procesu přijímání studentů na vybrané VŠ	32
3.1	Zakládací listina projektu	32
3.1.1	Úvod	32
3.1.2	Rozsah projektu.....	33
3.1.3	Projektové Závislosti	35
3.1.4	Mimo rozsah projektu.....	35
3.1.5	Model Projektového řízení	36
3.1.6	Projektový přístup	37

3.1.7	Předběžné plánování.....	37
3.1.8	Kritéria úspěšnosti a metriky	38
3.2	Projektový plán	39
3.3	Registrace rizik a problémů	39
3.4	Business Proces Analýza	41
3.4.1	Business Proces Model současnosti	41
3.5	Funkční požadavky.....	42
3.5.1	Úvod	43
3.5.2	Microsoft Dynamics CRM OnlineFunkční Požadavky.....	44
3.6	Fit Gap analýza	48
3.7	Požadavky na migraci dat.....	49
3.8	Shrnutí analýzy.....	50
4	Návrh systému řešení podpory přijímání studentů pomocí CRM systému	51
4.1	Business Proces Model budoucího CRM systému.....	51
4.1.1	Shrnutí procesní analýzy	53
4.2	Funkční návrh	53
4.2.1	Fits	53
4.2.2	Gaps.....	65
4.3	Návrh integrace	68
4.3.1	Přístup k IS EDISON	68
4.3.2	Definice integračního scénáře.....	69
4.3.3	Výběr nástroje pro integraci	71
4.4	Shrnutí návrhu	73
5	Závěr.....	74
	Seznam použité literatury	76
	Seznam zkratk	78
	Prohlášení o využití výsledků diplomové práce.....	79

1. Úvod

Být v neustálém kontaktu se zákazníkem je v současné době přáním každé firmy či organizace. Vlivem rozrůstající se konkurence je čím dál těžší si zákazníka získat natož si jej udržet. Velikánskou konkurenční výhodou tedy je, když se podaří mezi firmou a zákazníkem vybudovat pozitivní vztah. Zákazník musí mít pocit, že se o něj firma stará a hýčká ho. K zajištění takového vztahu je třeba propojit marketing se zákaznickou komunikací. Právě na to se zaměřuje Řízení vztahu se zákazníkem.

U většiny lidí převládá názor, že marketing na vysoké škole nemá co dělat. To ale není pravda. Počet škol se v České republice neustále zvyšuje, čímž vznikají určité konkurenční tlaky a tak některé školy mají o nové studenty nouzi. Zde je potřeba nasadit marketing k propagaci studijních programů/oborů přímo potenciálním uchazečům nebo prostřednictvím středních škol. Je třeba, aby tyto marketingové akce byly cílené. Taková propagační činnost školy je pak přeneseně vnímána celou širokou veřejností a má velký vliv na image. Příkladem dlouhodobě vytvářené image školy je například když někdo řekne „hlásím se na univerzitu“ každého jako první napadne asociace slova univerzita s konkrétní univerzitou - Karlovou.

Cílem této diplomové práce je s pomocí metodiky Sure Step a aplikace Microsoft Dynamics CRM Online zanalyzovat a navrhnout systém pro podporu přijímacího řízení na vysoké škole.

Práce se zabývá aplikací systému řízení vztahu se zákazníkem právě do vysokoškolského prostředí a to pro podporu přijímacího řízení. Jednotlivé části této práce se zabývají jak teoretickými předpoklady pro navození základní představy o tom co to je marketing, řízení vztahu se zákazníkem, systémy pro řízení vztahu se zákazníkem, ale také popisem metodiky vývoje takového systému. Následující části představují fáze analýzy a návrhu nového systému pro podporu přijímacího řízení (zahrnující propagaci školy ale také komunikaci s uchazeči) na vybrané vysoké škole a to na Vysoké škole báňské – Technické univerzitě Ostrava (dále jen VŠB - TUO). Fáze analýzy poskytuje představu o současném stavu procesů na VŠB –TUO a stanovuje projektové podrobnosti. Hlavním výstupem této části je soubor funkčních požadavků s následnou Fit Gap analýzou. Nedílnou součástí je také zmapování požadavků na přenos dat. Na kapitulu analýzy navazuje kapitola návrhu systému. Zde jsou hlavními výstupy: zpracování procesního návrhu budoucího systému, funkční návrh a návrh integrace. Funkční návrh se dělí dle výsledku

Fit Gap analýzy na dvě oblasti na návrh vycházející z vlastností standardního řešení Microsoft Dynamics CRM Online a návrh jenž bude základem pro programátory. Návrh integrace se zabývá možnostmi integrace Microsoft Dynamics CRM s informačním systémem VŠB –TUO.

Jak již bylo zmíněno, základní metodikou pro zpracování analýzy a návrhu je metodika Sure Step. K zmapování stávajícího stavu a požadavků na nový systém byly provedeny rozhovory s klíčovými pracovníky a analýza dokumentů poskytnutých VŠB - TUO.

2 Teoretická východiska pro vývoj CRM systému

2.1 Marketing

Aby firma vykazovala zisk, musí prodávat zboží nebo své služby, ale aby byl tento prodej efektivní a bylo eliminováno podnikatelské riziko, musí mít dobré podvědomí o trhu a kvalitní podnikatelská rozhodnutí. K tomu jí napomáhá marketing.

Existuje několik definic marketingu například, dle Chlebovského:

„Marketing je společenský a řízený proces, kterým jednotlivci a skupiny získávají to, co potřebují, prostřednictvím tvorby, nabídky a směny hodnotových produktů s ostatními“. (Chlebovský, 2005 str. 7)

Světlík zase v definici přímo nabádá k orientaci na zákazníka:

„Marketing je proces řízení, jehož výsledkem je poznání, předvídání, ovlivňování a v konečné fázi uspokojování potřeb a přání zákazníka efektivním a výhodným způsobem zajišťujícím splnění cílů organizace“. (Světlík, 1994 str. 8)

Podle Chlebovského (2005) se dělí marketing na tři základní cesty:

- **Historický marketing** - firmy, které si zvolí tuto cestu, nevyrábějí to, co vyžaduje trh, ale to co vyrábět umí. Výrobky pak prodávají za nákladovou cenu namísto ceny tržní. Takto zaměřené firmy by se měly vydat jinou cestou, jinak je čeká brzký krach.
- **Klasický marketing** – podle tohoto modelu dnes funguje velké množství firem. Je založen na tzv. marketingovém mixu, tedy 4P:
 - Product – výrobek
 - Price – cena
 - Place – místo
 - Promotion – propagace
- **Moderní marketing** – je to záležitost posledních desetiletí. Více se zaměřuje na konkrétní zákazníky (tzv. vztahový management). Můžeme jej shrnout do tzv. 3C:
 - Customer benefits – prospěch zákazníka
 - Total Customer Cost – celkové náklady spojené s nákupem

- Convenience – pohodlí zákazníka

Pro naše účely prioritní hlavně koncept řízení vztahu se zákazníky, který pro firmu využívající moderního marketingu hraje v zákaznický orientovaných aktivitách klíčovou roli.

2.2 Řízení vztahu se zákazníky

Řízení vztahů se zákazníky je překladem Customer Relationship Management z angličtiny a má ustálenou zkratku CRM. Chceme-li v dnešní době uspět a držet krok, či být napřed před konkurencí, musíme si vyhledat, přilákat a udržet ty správné zákazníky. Se správně fungujícím řízením vztahu se zákazníky dokážeme zlepšit jak obchodní výsledky, tak poskytnout zákazníkovi ty nejlepší služby a na tomto základě vytvářet kvalifikovaná rozhodnutí. Řízení vztahu se zákazníkem nám dovoluje shromažďovat všechny potřebné informace o každém zákazníkovi, identifikovat klíčové zákazníky, kterým následně můžeme nabídnout ty nejkvalitnější služby. Díky těmto informacím roste úspěšnost jak obchodního tak i servisního oddělení. **Každý zákazník je jiný, každý má své specifické potřeby.** CRM nám umožňuje využití všech nashromážděných informací o zákazníkovi v následujících obchodních vztazích. Víme-li co přesně zákazník potřebuje a přizpůsobíme-li tomu naše chování, nastává u zákazníka pocit spokojenosti a péče.

Chlebovského (2005 str. 33) definice zní:

„Customer Relationship Management je interaktivní proces, jehož cílem je dosažení optimální rovnováhy mezi firemní investicí a uspokojením zákaznických potřeb. Optimum rovnováhy je determinováno maximálním ziskem obou stran“.

Abychom dosáhli definovaného optima, musíme vztahy se zákazníkem vytvářet a udržovat dlouhodobé partnerské vztahy. Tato dlouhodobá spolupráce zajistí jak firmě tak zákazníkovi měřitelný užitek.

Péče o zákazníky zahrnuje podle Chlebovského (2005):

- Trvalou aktualizaci zákaznických potřeb, motivací a zvyků
- Kvantifikaci přínosů základních funkcí CRM – marketingových, prodejních a servisních aktivit
- Integraci marketingu, prodeje a zákaznické podpory v jednotný celek.

- Využívání moderních nástrojů umožňujících podporu zákaznických potřeb a kvantifikaci přínosů CRM.
- Trvale udržování rovnováhy mezi marketingovými, prodejními a servisními aktivitami s cílem maximalizace zisku.

2.2.1 Životní cyklus zákazníka

Vztah mezi společností a zákazníkem, od vzniku vztahu po jeho ukončení, se dá rozdělit do několika fází. Celý tento proces se nazývá životní cyklus.

Existují tři fáze životního cyklu zákazníka (Lehtinen, a další, 2002):

1. **Navázání vztahu** – Jedná se o fázi, ve které dochází k dohodám a sepisování smluv se zákazníkem. Dohody mohou vznikat jak zcela neformálně tak ve formě psaných smluv. Jedná se o fázi, která má z historického hlediska největší význam. Co je ale podnětem k navázání vztahu? Je to informace a ta musí být v první řadě pro zákazníka zajímavá a věrohodná. Na základě této informace se zákazník rozhoduje, zdali se vzdá ostatních možností, které se mu naskytují. Je důležité zákazníka od začátku zaujmout a připoutat si jej. Musíme však mít na paměti, aby vynaložené prostředky pro získání zákazníka, odpovídaly očekávané hodnotě vztahu.
2. **Rozvíjení vztahu** – Během této fáze dochází většinou k růstu hodnoty vztahu. Abychom dosáhli růstu, je třeba vynaložit v životním cyklu zákazníka více prostředků na rozvoj vztahu než na jeho získání. Je třeba, aby byl vztah rozvíjen k jeho dlouhodobosti, jelikož tyto vztahy jsou daleko výhodnější než ty krátkodobé. Důležitým faktorem, který má vliv na trvání vztahu je jeho pevnost. Jelikož dostatečně pevný vztah přežije i menší problémy a navíc u takového vztahu existuje více možností ke zvýšení jeho hodnoty.
3. **Ukončení vztahu** – Každý vztah, ať se prodejci snaží sebevíc, jednou skončí. S tím se musí smířit každá společnost. Je však důležité vědět proč vztah skončil a podle toho učinit patřičná opatření, abychom se do budoucna poučili. Po ukončení vztahu je také třeba provést kalkulaci, jakou hodnotu měl tento vztah a z toho vyvodit vzniklou ztrátu pro společnost. Je také třeba uvést, že jednou ukončený vztah může být opět znovu reaktivován a to tak, že se zákazník po nějakém čase opět vrátí ke společnosti.

Účelem CRM je sledovat obchodní vztah a řídit všechny jeho interakce během celého životního cyklu vztahu se zákazníkem. CRM je tudíž jednou z podnikatelských strategií. K dosažení této strategie společnosti používají softwarové CRM systémy.

2.2.2 Vývojový trend sociální CRM

S velkým boomem sociálních sítí vznikla ruku v ruce i myšlenka jejich využití pro obchodní účely. Vznikl tedy nový trend sociálního CRM (SCRM). Výdaje firem na SCRM v budoucnu jistě předčí výdaje na klasické CRM. Rozdíl mezi klasickým CRM a SCRM je v tom, že v klasickém CRM vytváří a shromažďuje data o zákaznících firma, naproti tomu v SCRM jsou data o zákaznících vytvářena a aktualizována přímo samotnými zákazníky. Ačkoliv firmy důkladně sbírají a vyhodnocují zákaznická data, o chování a požadavcích zákazníka nám ve většině případů řekne víc jejich profil na Facebooku, Twitteru a jiných sociálních sítích. Pomocí SCRM se firmy můžou dozvědět co si o jejich firmě, značce, produktech či službách myslí nejen zákazníci ale i široká veřejnost. A jednoduchou cestou oslovit a následně si pak vytvořit cenné kontakty na potenciální i stávající příznivce či zákazníky. Tato výhoda nahrazuje doposud ve firmě těžkopádné sbírání informací o zákaznících. Zákazník tak může také, ač si toho není přímo vědom, pomoci zdokonalit výstup firmy ve svůj prospěch.

Shrňme si některé výhody:

- Lepší hodnocení příležitostí
- Sledování spotřebitelských preferencí, trendů a odpovědí zákazníků
- Vytváření nápadů pro marketingové kampaně
- Dovolují jednoduchou analýzu chování zákazníků při rozhodování o produktech a službách
- Posuzování věrnosti značce
- Vytváření cílových skupin podle zvolených kritérií
- Sdílení nápadů a jejich posouzení zákazníky

Sociální CRM má určitě svůj význam a v budoucnu jej budou obsahovat všechny CRM systémy. Je však třeba zdůraznit, že přehnaná snaha využívání sociálního CRM bez předchozího promyšlení přínosů nemusí být pro firmu, ale také pro zákazníky vždy úspěšná. A i když většina

dat o uživateliích zveřejněných na těchto sítích je veřejná, můžou to být pro někoho citlivé údaje a tak je třeba s nimi zacházet jak při sběru tak při jejich využívání obezřetně.

2.2.3 Využití CRM na vysokých školách

Někdo by mohl namítat, že vztahový management není pro vysoké školy využitelný, ale opak je pravdou. Ať už si to připustíme nebo ne vysoká škola je institucí, která by měla být prosperující a může nastat doba, že i ona bude mít o své zákazníky nouzi. Proto by si škola měla co nejvíce budovat svou značku a dobré jméno. A jak toho co nejefektivněji dosáhne. Přece tím, že se o své zákazníky bude zajímat a starat.

Kdo jsou vlastně zákazníci, na něž by se mohl aplikovat CRM? Podle Kašíka (2005) by se dali rozdělit do následujících oblastí:

- **Klasické trhy zákazníků** – Ty představují absolventi středních škol s maturitou, či absolventi vysokých škol, kteří mají zájem o další studium na navazujících programech, o studium na druhé VŠ, nebo zájemci o služby a výstupy např. z vědecké a výzkumné činnosti atp.
- **Klasické trhy potencionálních zákazníků** -Jsou jimi mladí lidé od 14-25 let, kteří se opakovaně (nebo později po maturitě) ke studiu rozhodují a mění své priority.
- **Trhy dodavatelů** – Tyto trhy jsou představovány zejména všemi typy středních škol zakončených maturitní zkouškou.
- **Interní zákazníci** – Tvoří je vlastní zaměstnanci školy (i ty je třeba vyhledávat), dále referenti jednotlivých útvarů školy, kteří mnohdy zároveň studují a vlastní posluchači doktorských studijních programů.
- **Zainteresované osoby** – Ty jsou zastoupeny státními správními orgány a samosprávou (vláda a ministerstva především MŠMT), státními regulačními orgány (Akreditační komise), místními úřady, na jejichž území škola působí.

Jak zmiňuje Kašík (2005), každého napadne, že CRM se hodí maximálně pro soukromé vysoké školy. Jenže v posledních letech i přes znatelný vzestup počtů podaných přihlášek, se potýkají i na státních vysokých školách zejména u technických oborů s nedostatkem studentů, a tak je i zde potřeba nasadit vztahový marketing.

Se svými zákazníky je třeba si vybudovat určitý vztah a udržovat ho, v našem případě od potencionálního uchazeče přes studenta až po absolventa. Právě na absolventskou skupinu je občas zapomínáno, i když právě oni mají pro školu velký význam. Těmto lidem lze jednoduše nabídnout mnoho dalších programů, které budou nad rámec studia a budou již studentem placené. Kašík ve svém článku také uvádí jednotlivá stádia absolventů od **příznivce školy**, který má o ni zájem a chce být se školou trvale v kontaktu. Příznivec se pak vyvine v **obhájce školy**, který je již hodnotným vztahem, kdy tento absolvent šíří dobré jméno školy a doporučuje ji. Nejvyšším stupněm je **partner školy**, je to většinou absolvent jako vlastník firmy či člen jejího vedení, která se stává partnerem školy a podporuje ji.

Praktická část této práce se bude zabývat analýzou a návrhem CRM systému obstarávající právě tu nejzásadnější roli a to vytváření prvotních vztahů s potencionálními uchazeči a řízením vztahu s již přihlášenými uchazeči.

2.3 Systémy CRM

CRM systémy neboli software pro řízení vztahu se zákazníky jsou v posledních letech zasažených ekonomickou krizí velmi oblíbeným nástrojem pro zvýšení efektivity a zároveň snížení firemních nákladů. S rostoucí globalizací roste také nutnost nadnárodních společností přizpůsobovat se lokálním trhům. Ztoho vyplývá nutnost získávat a následně přehledně využívat informace o zákaznících, stejně jako možnost jednoduše a centrálně sledovat procesy a maximalizovat zisk. Je důležité poznamenat, že CRM systém je pouze nástrojem k zvýšení zisku a zlepšení postavení společnosti. I sebedokonalejší CRM systém sám o sobě nevyřeší problémy, se kterými se firma potýká v zákaznických vztazích. Může však pomoci odhalit problémy, předpovědět je a pomoci jim předcházet. Při výběru toho správného systému je třeba mít na paměti, že každá společnost je jiná a každá má jiné potřeby, proto je důležité tyto potřeby sladit s dostupným systémem.

2.3.1 Funkcionalita CRM systémů

To, jakou bude CRM systém obsahovat funkcionalitu, je určeno tím, v jaké společnosti bude systém implementován. Ve většině současných systémů jsou zavedeny určité standartní funkce, které slouží k dosažení co nejlepšího vztahu se zákazníkem

1. Sales force automation

Tento modul, v překladu Automatizace prodejních činností, má za úkol poskytovat uživatelům rychlý přístup k informacím o zákaznících. Mezi jeho součásti také patří plánovač času jednotlivých uživatelů, možnost identifikace zájemců a nových zákazníků. Jedná se tedy o podporu během všech fází obchodního cyklu, tedy nejen fáze prodeje. Pro uživatele se jedná hlavně o převedení papírových dokumentů do elektronické podoby, z čehož vyplývá jejich jednodušší správa a vyhledávání potřebných informací. Touto funkcionalitou ušetří uživatel velké množství práce a může se tak naplno a efektivně věnovat zákazníkovi. Důležité je, že tyto funkce musí být přístupné i vzdáleně, např. když je uživatel systému u zákazníka.

2. Enterprise marketing automation

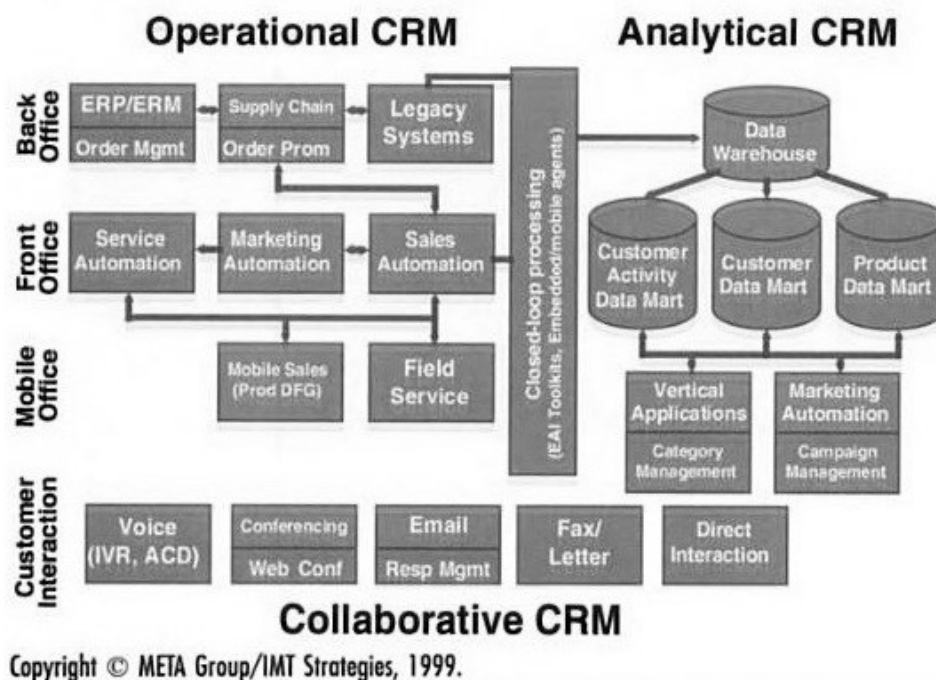
Automatizace marketingu je funkcionalitou, která slouží k podpoře analýzy klientských dat nezbytných k jejich rozdělení do skupin. Na tyto skupiny lze aplikovat kampaň, která bude mířena na konkrétního zákazníka podle okruhu jeho zájmu. Pro oslovování konkrétních zákazníků se zde v největší míře využívá moderních technologií. Následně se ukončená kampaň pomocí dalších funkcí vyhodnotí. Aby bylo dosaženo vysoké efektivity vlastností funkcionality, je třeba, aby byla propojena s funkcionalitou předchozí. Prodejci tak mají k dispozici přehled, čím byl zákazník osloven a zadají do systému zpátky zpětnou vazbu, která poslouží jako cenný vstup pro další kampaně.

3. Customer service and support

Podpora řízení servisních služeb je funkcionalitou, která zajišťuje poskytování informací zákazníkovi o produktech, jejich opravách, objednávkách, dostupnostech... Jedná se tedy o helpdesk podporu neboli kontaktní centrum. Pracovník tohoto centra má po identifikaci zákazníka okamžitě dostupné všechny informace, které se tohoto zákazníka týkají. Díky této skutečnosti může zákazníkův požadavek okamžitě vyřešit. Nejedná se pouze o telefonní služby, zákazník má možnost vybrat si tu, která mu nejvíce vyhovuje, např. dopis, fax, email nebo formulář na webových stránkách.

2.3.2 Typy CRM systému

CRM systémy můžou být rozděleny do tří kategorií, a to na systémy: operativní, analytické a kolaborativní.



Obrázek 2.1 Typy CRM, zdroj: (Cooper, 2002)

Operativní CRM

Jedná se o kategorii CRM systému, která dovoluje efektivní komunikaci se zákazníkem. Slouží k zajištění podpory obchodních, marketingových a servisních procesů. Základem je rozsáhlá databáze, ve které je uchovávána veškerá komunikace a ta je v případě potřeby okamžitě k dispozici uživateli. Dalšími nástroji je automatizovaná správa kontaktů, marketingových kampaní, tvorba cen na míru, řízení call centra, help desku, atd. Operativní CRM zahrnuje výše zmíněné funkcionality Sales force automation, Enterprise marketing automation a Customer service and support.

Analytické CRM

Analytické CRM představují aplikace, které dovolují analýzu důležitých dat k dosažení smysluplnější a ziskovější spolupráce se zákazníkem. Analyzovaná, modelovaná a vyhodnocená data zákazníka vytváří přidanou hodnotu ke vztahu mezi společností a jejími zákazníky.

Pomáhají tak k optimalizaci informačních zdrojů a k lepšímu pochopení chování zákazníka. Tyto aplikace zahrnují databázový marketing, nástroje prodejní analýzy. Jedná se o využití business intelligence.

Analýza zákaznických dat se využívá z několika důvodů (Biswas, 2010):

- Návrh a realizace zacílených marketingových kampaní k maximálnímu využití efektivity marketingu.
- Návrh a realizace kampaní pro konkrétního zákazníka, včetně jeho získání a udržení.
- Analýza chování zákazníků pro podporu rozhodování ohledně produktů a služeb (např. cena, vývoj nových produktů, atd.).
- Rozhodování vedení (např. finanční prognózy a analýza ziskovosti zákazníka).
- Předpověď pravděpodobnosti „zběhnutí“ zákazníka.

Kolaborativní CRM

Kolaborativní CRM zajišťuje společnosti interakci se zákazníkem pomocí všech možných kanálů komunikace, jako je například osobní setkání, telefonické hovory, elektronické způsoby (e-mail, ICQ, Skype). Společnosti preferují, hlavně kvůli nízkým nákladům, elektronickou komunikaci. Tu lze navíc také jednoduše a efektivně automatizovat.

2.3.3 Lokální nebo hostované řešení?

Důležitým rozhodnutím pro firmu je, ještě před vybráním konkrétního softwaru, rozhodnutí o způsobu nasazení. Způsoby nasazení CRM systému jsou dva. Buď koupě licence a nasazení systému přímo ve firmě nebo používání software jako cloud¹ služby. Aby došlo ke správnému rozhodnutí, musí být zodpovězeny následující otázky. Jak citlivá data bude CRM systém mít, je vhodné je umísťovat na cizí server? Budeme aplikaci potřebovat dočasně nebo trvale? Jak moc velké nároky klademe na integraci s podnikovým systémem? Jakou úroveň kontroly nad aplikací požadujeme? Kolik financí můžeme na aplikaci vynaložit? S nástupem „cloudové doby“ je řešení pomocí služby velmi propagovanou možností. Lze jej však doporučit pro začínající firmy, které si CRM teprve osvojují nebo firmy, které chtějí systém používat jen dočasně. Ale nebudeme si

¹ Cloud computing – je označení pro poskytování služeb či programů uložených na vzdálených serverech, k nimž mohou uživatelé přistupovat a používat přes internet, např. pomocí webového prohlížeče nebo klienta

nic nalhávat, při výběru nejvhodnějšího způsobu nasazení rozhoduje cena a ta ve formě SaaS² opravdu výhodná. Za službu se platí nájem a náklady jsou na rozdíl od investic promítnuty ihned do výsledků hospodaření. Odpadají investice jak na prvotní nasazení (kde dochází často k překračování rozpočtu), ale také na aktualizace, pracovníky spojené s provozem a v neposlední řadě náklady na hardware. Naproti tomu lokálně provozované řešení využívá drtivá většina velkých firem, jelikož tak mají přehled nad všemi svými daty a jsou nezávislé na jiných subjektech. Na druhé straně jsou však vysoké náklady jak systému samotného, jeho implementace, potřebného hardwaru, ale také náklady na odpovědné pracovníky.

2.3.4 Stručný přehled řešení

Nabídka systému CRM je velice bohatá, server SystémOnline (2012) zabývající se podnikovými systémy jich má v přehledu rovnou 90. Mezi tyto systémy dostupné v ČR patří:

BLUEJET web CRM

Jedná se o hostovaný CRM systém české výroby. Je zacílen na menší a střední podniky. Obsahuje širokou škálu funkcí a pokryje tak většinu nároků podniků. Tento systém se také vyznačuje tím, že jej lze napojit na velké systémy, jako jsou SAP, Helios, K2, ale také na účetní systémy jako Money S3, Pohoda apod.

Microsoft Dynamics CRM

Jedná se o nejznámější a nejrozsáhlejší systém. Je dostupný jak v lokálním tak v hostovaném řešení. Ze všech zmiňovaných systému se jedná jednoznačně o nejkomplexnější řešení, které svým uživatelům poskytuje vše od marketingu přes podporu prodeje po možnost řízení a organizace firemních procesů. Nevýhodou je, že u lokální verze je nutno využívat další produkty Microsoftu např. Microsoft SQL Server.

Sugar CRM

Systém Sugar CRM patří mezi systémy s volně šiřitelným kódem. Řešení je založeno na webovském rozhraní a je jednoduše upravitelné podle měnících se potřeb zákazníka. Ideální pro malé a středně velké organizace, velké společnosti a vládní organizace. Sugar CRM nabízí taktéž

² SaaS- software jako služba

dvě možnosti implementace. Lze k němu zakoupit profesionální podporu, která pomůže s řešením problémů případně s celou implementací.

Salesforce.com

Je dalším představitelem CRM systému, který stojí za zmínku. Jedná se pouze o hostovaný systém. Má možnost vybrat si z několika druhů licencí a to jak klasickou licenci k produktu tak pouze licenci pro určitý počet uživatelů. Salesforce.com má jednu velkou výhodu oproti ostatním systémům, je zde velké množství rozšiřujících aplikací třetích stran, které se po zakoupení automaticky nainstalují a je možné je ihned používat.

Výše uvedený výčet je pouze stručný přehled možností. Následující pododstavec podrobněji popisuje systém, kterým se budeme v dalších částech textu zabývat.

2.3.5 Microsoft Dynamics CRM

Microsoft Dynamics CRM patří do skupiny nejpobulárnějších systémů CRM. Jednou z jeho konkurenčních výhod je jeho flexibilita. Podporuje možnosti rozšíření a úprav nastavení, stejně jako různé programátorské nástroje. V aplikaci Microsoft Dynamics CRM je možnost integrace s externími systémy, jako jsou účetní aplikace, správy dokumentů, call centra a e-mailových serverů atd.

Samozřejmě tak jako u ostatních produktů Microsoft je, že i tento produkt je možné snadně modifikovat a přidávat další funkcionality. Označuje se také jako **xRM**³ aplikační frameworkdovolující rychlý vývoj, vysoký stupeň flexibility a přehlednou správu systému.

Standardně lze produkt rozšířit v následujících oblastech:

- Modifikovat a přidávat aplikační oblasti (entity)
- Přizpůsobovat uživatelské rozhraní
- Vytvářet vhodnou aplikační logiku
- Vytvářet uživatelské výstupy
- Integrovat s dalšími datovými subsystemy

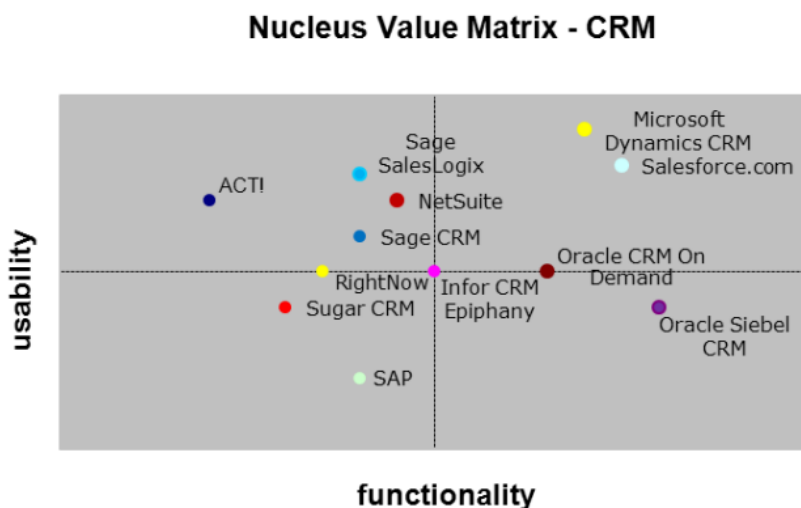
³**xRM** (také označováno jako Extended CRM) – řešení představující systém řízení vztahů s jakýmkoliv subjekty. Může se jednat o řízení vztahů nejen se zákazníky (CRM), ale i s obyvateli, pacienty, dodavateli a jinými subjekty.

„Poskytuje zákazníkům možnost volby nasazení

Jedna z největších výhod Microsoft Dynamics CRM je že nabízí zákazníkům volbu jak si software zakoupit a jak jej nasadit. Zákazníci mohou Microsoft Dynamics CRM získat a nasadit pomocí jedné ze tří možností:

- 1. Koupí trvalé softwarové licence s nasazením softwaru u zákazníka*
- 2. Platit za software založený na hostování prostřednictvím služby Microsoft Dynamics CRM Online*
- 3. Platit za software založený na hostování prostřednictvím partnera společnosti Microsoft*

Z velké části nabízí všechny tři možnosti nasazení téměř stejné funkce, takže zákazníci si můžou vybrat model na základě jejich osobních preferencí. Nicméně existují určité rozdíly. Jedním z hlavních rozdílů mezi nasazením ve společnosti a hostovaným řešením je, že aplikace Microsoft Dynamics CRM Online využívá Windows Live ID⁴ pro uživatelské přihlašování a nasazení ve společnosti používá Active Directory⁵.“ (Snyder, a další, 2011 str. 7)



Obrázek 2.2 Porovnání CRM (Research, 2011)

Jak uvádí výzkum Nucleus Research (Research, 2011), patří Microsoft Dynamics CRM ke špičkovému řešení na trhu CRM systému. Jako jeho hlavní přednosti jsou zde vyzdvihovány: vysoká uživatelská přívětivost díky možnosti integrace do Microsoft Outlook a Microsoft Office,

⁴Windows Live ID je služba umožňující používat jednu e-mailovou adresu a heslo pro přihlašování k většině webu a služeb společnosti Microsoft

⁵Active Directory je adresářová služba společnosti Microsoft pro síťový přístup.

zobrazování na základě uživatelských rolí a výše zmiňované upravitelné rozhraní. Vyzdvížena je zde také vysoká funkcionalita, jako možnost nasazení v široké škále odvětví. Další výhodou je cena. Jak je v článku zmiňováno Microsoft má v tomto ohledu agresivní strategii a to tak, že řešení stojí v průměru na uživatele méně než polovina ceny největšího konkurenta.

2.4 Metodiky

2.4.1 Proč používat metodiky

Vývoj softwaru není jednoduchou záležitostí. Jedná se o složitý proces, při kterém mohou nastat problémy, které v drtivé většině projektů, ať chceme nebo nechceme, také nastanou. Pojďme si je tedy podrobněji probrat. Uvedme si přehled nejčastějších problémů, tak jak je Paleta uvádí ve své knize (Paleta, 2003):

1. **Zpoždění:** Toto je jeden z nejčastějších problémů u softwarových projektů. Většina projektů má stanovený harmonogram a je-li vymezený časový úsek překročen, tak to může mít pro výsledný produkt katastrofální následky. Někdy je však lepší uvolnění softwaru odložit a doladit všechny chyby k dokonalosti, protože možné neodladěné chyby by v konečném důsledku měly na pověst aplikace větší vliv než její zpoždění.
2. **Vysoká chybovost:** Velkým problémem je také vysoká chybovost. Při psaní kódu dochází často k chybám, problémem však je, v dostatečném předstihu je odhalit. Nalezení chyby v téměř hotové aplikaci znamená zaprvé delší čas pro nalezení příčiny, ale také delší čas pro její opravu. To může značně přispět k prodlužování harmonogramu. Na tyto prodlevy také může mít vliv nečitelný kód a opomíjené testování, jelikož když pak dojde k zásahu do kódu, z největší pravděpodobnosti se vynoří chyby další. Kdyby se chyby nepodařilo odstranit a aplikace se distribuovala zákazníkovi, mohlo by dojít dokonce i ke katastrofě.
3. **Nesplněné požadované funkčnosti:** Aplikace, které jsou vyvíjené podle zákaznickových požadavků, se mohou stát bezcenným programem, pokud vývojový tým správně tyto požadavky nepochopí. Vždy je na vině špatná komunikace. A to jak se zákazníkem při zadávání požadavků na software tak i mezi členy týmu při samotném vývoji. V extrémním případě, pokud dojde ke změnám a účastníci vývoje se o nich neinformují, se může stát, že produkt bude zastaralý ještě dříve, než bude dokončen.
4. **Nedostatečná výkonnost:** Je typickým příkladem úspěšného softwaru, který předčil limity, pro které byl vyvíjen. Někdy pomůže posílení hardwaru, ale i to v některých případech

nemusí pomoci. Většinou se jedná o výkonnostní problém, založený na nevhodném uspořádání dat nebo špatném multitaskingu. K předcházení tomuto problému je důležité během celého vývojového cyklu testovat výkonnost aplikace.

5. Složitě uživatelské rozhraní: Velkým problémem jsou dokonale funkčně zvládnuté aplikace, které však mají pro uživatele nepřehledné, příliš složité nebo dokonce nepochopitelné uživatelské rozhraní. Tento nedostatek pak může vést k odrazení uživatele, od užívání této aplikace.

6. Obtížná udržitelnost programu: I když je aplikace úspěšně uvedena do provozu, není všem problémům konec. Po čase se může stát, že bude třeba aplikaci upravit. Zde vznikne nepřekonatelný problém, kdy je programový kód nečitelný, nekomentovaný, nebo chybí kvalitní dokumentace. Proto každá taková změna je nesmírně náročná a špatný zásah do aplikace může vést k velkému množství nových chyb.

Při vývoji softwaru se snažíme problémům, které by mohly vzniknout co nejvíce předcházet a snižovat tak jejich výskyt. K eliminaci problémů spojených s návrhem a realizací aplikací nám slouží metodiky vývoje softwaru. Jejich použitím získá dodavatel produktu výhodu včasného odhalování chyb a jejich okamžité nápravy. Kdyby to nebylo možné, tak by pozdější opravy vedly jak ke zvyšování nákladů na projekt, tak k jeho zpoždování a ve výsledku k nespokojenosti zákazníka.

2.4.2 Definice pojmů

Tedy, když už víme proč k zavedení metodik vývoje softwaru došlo, nezbyvá než-li si ji definovat. Je potřeba si ujasnit jednotlivé pojmy jako: metodologie, metodika, metoda, technika a nástroj. Tyto pojmy jsou často mezi sebou zaměňovány ať už špatným překladem z angličtiny, nebo jejich špatným pochopením.

Nejprve si tedy uveďme co je to podle Kadlece (2004 str. 31) **metodologie**:

„Metodologie je nejobecnější pojem a znamená ve své podstatě “nauku o metodikách“. Jinými slovy, pod jménem metodologie se skrývá vědní disciplína, která nějakým způsobem rozebírá metodiky, definuje je apod.“.

Nejdůležitější pojem této práce je **metodika** (který je právě často zaměňován vlivem špatného překladu za metodologii), kterou lze definovat například (Kaluža, 2010 str. 70) takto:

„Metodikou vývoje informačního systému se rozumí proces probíhající v organizaci, který realizuje všechny kroky potřebné k analýze, návrhu, implementaci a udržování informačních systémů. Je souhrnem vzájemně konzistentních postupů, metod, technik a nástrojů.“

Nebo také podle Řepy (1999 str. 23) :

„Metodika je doporučený souhrn etap, přístupů, zásad, postupů, pravidel, dokumentů, řízení, metod, technik a nástrojů pro tvůrce informačních systémů, který pokrývá celý životní cyklus informačních systémů. Určuje kdo, kdy, co a proč má dělat během vývoje a provozu IS.“

Definice zbývajících pojmů se vztahem k metodice tak jak je uvádí Kaluža (2010 str. 70):

„**Metody** jsou součástí metodiky a určují, co je třeba provést v určité etapě metodiky. Jsou vždy spojeny s určitým přístupem, „filozofií“.“

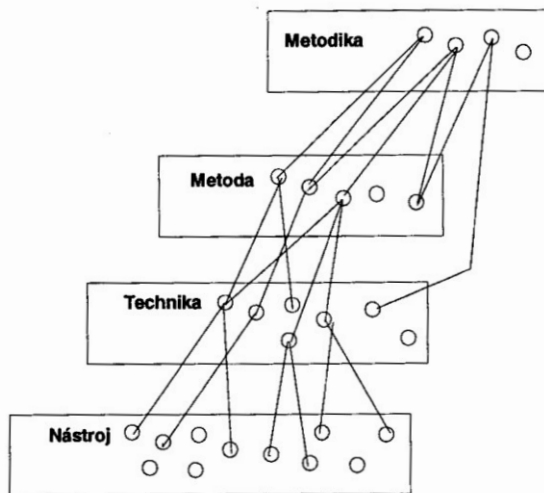
Tímto přístupem je myšlen funkční, datový nebo objektový přístup.

„**Techniky** určují, jakým způsobem lze aplikací metody dosáhnout požadovaného výsledku.“

Jedná se o určení přesného postupu činností, způsobu použití nástrojů, varianty rozhodnutí a co z nich vyplývá atd. Oproti metodě má menší okruh použitelnosti.

„**Nástroj** je konkrétním prostředkem tvořícím součást určité metody a techniky.“

Pro názornost, jak jsou jednotlivé pojmy provázány, uvádím obrázek dle Řepy (1999 str. 24)



Obrázek 2.3 Vazby mezi pojmy (Řepa, 1999 str. 24)

2.4.3 Principy metodik

Každá metodika by měla být založena na několika principech. Popišme si tyto principy, tak jak je uvádí Řepa (1999):

1. **Orientace na cíle a problémy** – tento princip je zaměřen na počáteční etapy vývoje a sbírání problémů a cílů organizace, ke stanovení cílů informačního systému.
2. **Účast zadavatele** – vedení organizace, pro niž je systém vytvářen, je zodpovědné za to, jak systém bude vypadat a je proto nutné, aby bylo informováno o problémech, na jejichž řešení se musí také podílet.
3. **Klíčové dokumenty ke schválení** – celý vývoj systému provázejí nejrůznější dokumenty. Některé z těchto dokumentů jsou tzv. **klíčové**, to znamená, že pro pokračování vývoje je nutný souhlas vedení.
4. **Zapojení uživatele do návrhu** – zástupci budoucích uživatelů jsou součástí vývojového týmu a nesou také patřičnou odpovědnost za úspěch řešení.
5. **Modelování a abstrakce, princip tří architektur systému** – vytváření těchto architektur (konceptuální, technologická a implementační) vede k oddělení podstaty systému od omezení, která mohou vzniknout v návrhu důsledkem technologie a implementačního prostředí.
6. **Ověřování a testování návrhu během celého vývoje** – je důležité, aby během celého vývoje systému probíhala kontrola, zda výsledky odpovídají předpokladům.

7. **V každé etapě probíhá analýza i návrh** – důraz je kladen na postupné zpodrobňování v jednotlivých analýzách v rámci etapy a to tak, aby bylo možné na základě této analýzy navrhnout systém, který by umožnil začít další etapu.
8. **Vývoj probíhá z hlediska všech úhlů pohledů na systém** – pro každou etapu je nutné provést analýzu a návrh (dat, funkcí, organizace, technologie apod.) v patřičné míře podrobnosti.
9. **Otevřenost metodiky** – správná metodika by měla být založena na běžně používaných a ověřených metodách a technikách vývoje systému, ale také by měla využívat nových poznatků.

2.4.4 Typy metodik

V dnešní době lze dělit metodiky podle jejich přístupu na dvě skupiny a to na metodiky tradiční (nebo též rigorózní) a agilní.

Tradiční metodiky

Tyto metodiky se snaží o přesné a podrobné definování činností, procesů a výsledných produktů. Klíčovou roli zde hraje rozsáhlá dokumentace. Kladou také veliký důraz na důkladnou analýzu a propracovaný návrh. Bývají proto velice objemné a většinou jsou založeny na vodopádovém životním cyklu, ale existují také metodiky založené na přírůstkovém nebo spirálovém modelu. Mezi zástupce patří například: SSADM, RUP, ... atd.

Agilní metodiky

Tam, kde přestávají tradiční metodiky vyhovovat, nastupují agilní metodiky. Oproti tradičním metodikám umožňují agilní metodiky velmi rychlý vývoj a rychlé přizpůsobení měnícím se požadavkům. Jsou tedy více zaměřeny na potřeby zákazníka a tudíž na výslednou kvalitu konečného produktu. Dávají také přednost jednoduchému řešení, kvalitním pracovníkům a spolupráci s koncovými uživateli. Jsou založeny na přírůstkovém vývoji s velmi krátkými interakcemi. Tyto metodiky mají mnoho zástupců, například: SCRUM, Extreme Programming, ... atd.

2.4.5 Výhody metodik

Uveďme si nakonec shrnutí vlastností metodik spolu s výhodami jak pro poskytovatele řešení, tak pro zákazníka tak jak jsou shrnuty v knize Microsoft Dynamics Sure Step 2010 (Shankar, a další, 2011):

Pro poskytovatele služeb může tato metodika poskytnout:

- Komplexní tok procesů pro vývoj a nasazení řešení, vytváření opakovatelných procesů vedoucích k dokonalému provedení
- Možnost propojit ukázkové šablony, referenční architekturu a další podobné dokumenty na klíčové aktivity
- Struktura pro vytvoření efektivního systému řízení znalostí, zjednodušením sběru, uchovávání, získávání a opětovné použití vytvořeného obsahu v oblasti zakázek zákazníka
- Schopnost vytvořit racionální strukturu vzdělávání členů konzultačního týmu, včetně zaučení nových zaměstnanců
- Možnost přizpůsobení přístupu zajišťování kvality k procesu nasazení – důležité v organizacích, které používají QA proces jako dohled pro poradenské úsilí
- Schopnost vyvinout strukturovaný proces řešení odhadu vývoje a nasazení
- Vytvoření struktury pro kontrolu rozsahu projektu a řízení, a také pro proces brzké identifikace rizik

Pro zákazníka může tato metodika poskytnout:

- Jasné komplexní toky procesů pro vývoj řešení, který využijí klíčoví uživatelé zákazníka a zainteresovaní experti přidělení na projekt
- Konzistentní terminologie a taxonomie, zejména tam kde experti nemají předchozí zkušenosti s implementací systémů takového rozsahu
- Schopnost vytvořit racionální strukturu dokumentace pro školení koncových uživatelů a nových zaměstnanců
- Schopnost vytvořit dobrý systém řízení znalostí k zachycení poučení pro budoucí projekty a upgrady

- Vytvoření struktury pro zajištění tak, aby projekt zůstal v rozsahu, včetně postupů pro včasnou identifikaci rizik

Kromě bodů, které jsou zde uvedeny, nabízí tato metodika další výhody od prodeje po implementaci.

Výhody pro poskytovatele služeb:

- Lepší sladění poradenských týmů s prodejními
- Logičtější řízení a schvalovací proces, který bere v úvahu možná rizika
- Lepší procesy pro usnadnění předávání zákaznických vědomostí zjištěných během prodejního cyklu k týmu dodávky řešení
- Možnost ukázat zákazníkovi co poskytovatel udělal dříve a vytvořit tak efektivně důvěru, že je schopný dodat představované řešení
- Jasně stanovuje zákazníkovi hodnotu řešení
- Schopnost integrovat více softwarových balíků do celkového řešení pro zákazníka
- Schopnost dodávat řešení v původně představeném rámci, ve stanovený čas a v daném rozpočtu

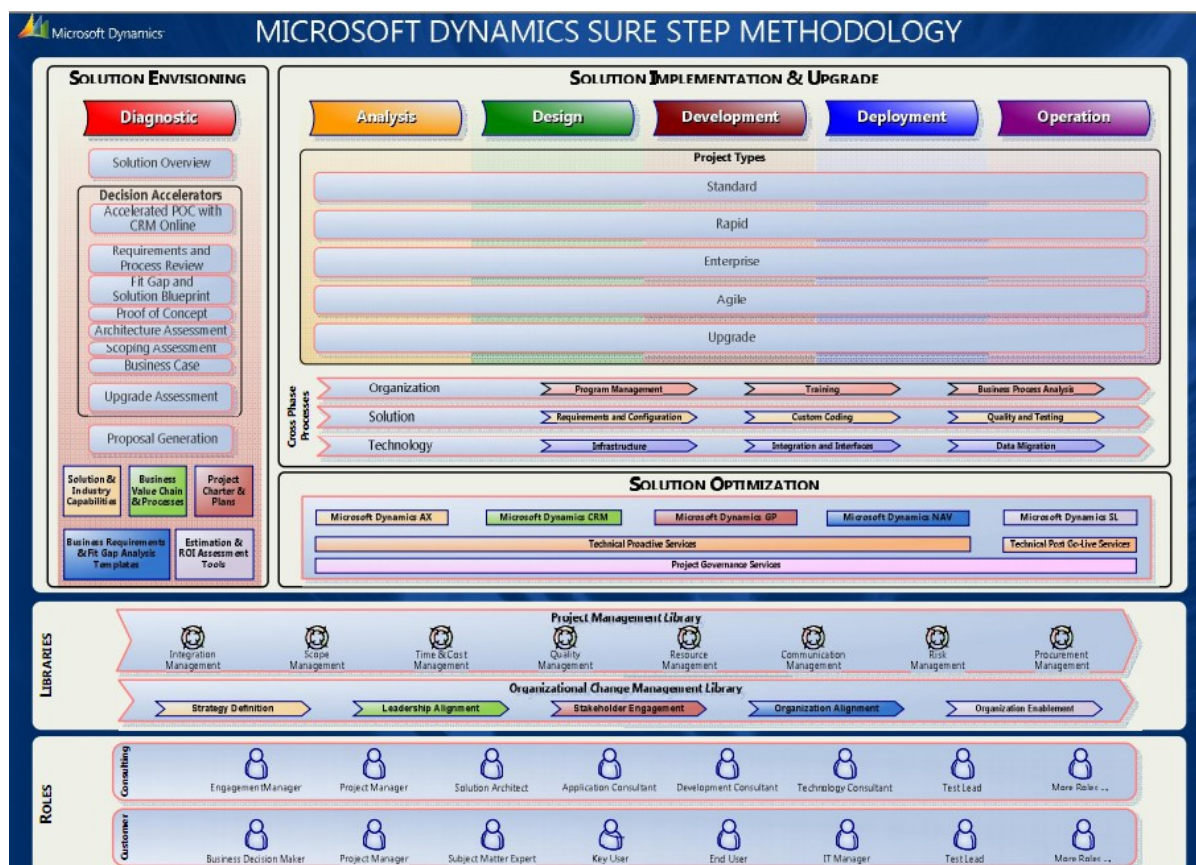
Výhody pro zákazníky:

- Schopnost porozumět a vyjádřit obchodní hodnotu pro všechny zúčastněné strany v organizaci
- Ujistění, že je stanoven jasný plán řešení
- Zajištění toho, aby bylo řešení dodáno v původně představeném rozsahu, včas a v daném rozpočtu
- Zajištění komplexního řešení, do něhož může být integrováno víc softwarových balíčků

Souhrnně lze říci, že dobrá metodika vytvoří celkově lepší ekosystém pro organizace. Body poznamenané v seznamech výše jsou indikátory některých způsobů, jak se přínosy projevují.

2.5 Metodika Sure Step

Microsoft Dynamics Sure Step je metodika vývoje pro všechny produkty z rodiny Microsoft Dynamics⁶. Poskytuje poradenství, projektové řízení a přizpůsobení produktu na míru dle přání zákazníka na základě „best practises“⁷. Sure step je navrhnut tak, aby umožnil poskytovateli řešení snížit celkové náklady zákazníka na jejich Microsoft Dynamics produkt. Metodika je považována za metodiku pokrývající celý životní cyklus, protože zahrnuje všechny fáze zákaznickovy zakázky. V roce 2007 vyšla první verze této metodiky, v době psaní této práce je aktuální verze 4.0 (Microsoft Corporation, 2012), z níž také vycházím.



Obrázek 2.4 Metodika Microsoft Dynamics Sure Step, zdroj: Sure Step

⁶ Microsoft Dynamics AX, Microsoft Dynamics CRM, Microsoft Dynamics GP, Microsoft Dynamics NAV a Microsoft Dynamics SL. Poskytuje také poradenství podle:

- Odvětví/vertikální řešení (zvláštní řešení pro příslušný produkt včetně výroby. Pro maloobchod a služby AX a CRM pro veřejný sektor)
- Přesahující rámec jednoho odvětví/horizontální řešení (zahrnuje péči o zákazníky a rozšířené CRM (xRM))

⁷ Best practices – (neboli osvědčené postupy) je běžný výraz používaný pro metody nebo techniky, která má trvale lepší výsledky než výsledky dosažené jinými prostředky a používá se jako měřítko.

Sure Step začíná úvodní etapou (Envisioning phase) řešení, která pomáhá zákazníkovi určit správné řešení vzhledem k jeho potřebám. Následuje etapa dodávky řešení (Delivery phase), ta zahrnuje implementaci a pokyny pro údržbu a provoz. Pro stávající zákazníky Microsoft Dynamics, kteří se snaží rozvíjet svá řešení, poskytuje Sure Step také Upgrade Assessments, které je zakotvené ve všech jednotlivých etapách.

Sure step má šest fází:

- Diagnostiku (Diagnostic)
- Analýzu (Analysis)
- Návrh (Design)
- Vývoj (Development)
- Nasazení a provoz (Deployment and Operation)

Diagnostická fáze zahrnuje úvodní etapu a poskytuje pokyny týkající se funkcí produktu, včetně zaměření se na obsah cílového odvětví produktu. Decision Accelerator Offering je důležitá část diagnostické fáze a je navržena tak, aby se snížila rizika a obavy zákazníka při rozhodování o novém/vylepšeném ERP/CRM. Následujících pět fází pokrývá etapu implementace řešení, s tím že provozní fáze se vztahuje na aktivity po dodání a zahrnuje přechod na podporu provozu řešení. Sure step nabízí také pět typů implementace a upgradu zahrnující tyto fáze projektu a to ať u velkých nebo malých zakázek.

Sure Step lze použít pro následující typy projektových implementací:

- Standard – je to nejpoužívanější typ. Slouží pro projekty kdy je dané řešení zpracováno přesně na míru danému zákazníkovi. Typické použití v následujících případech: zákazník má specifické požadavky, řešení obsahuje střední až komplexní úpravy, složité migrace dat, komplikovanou infrastrukturu, specifické integrace na zákaznické straně nebo se systémy třetích stran a když se systémem pracuje středně až velký počet uživatelů.
- Rapid – je zrychlený přístup k realizaci Microsoft Dynamic řešení, kterého je dosaženo minimálními nebo žádnými úpravami.
- Enterprise – nabízí standardizovaný přístup pro komplexní řešení v lokální, vícepobočkové či mezinárodní organizaci se specifickými obchodními potřebami zohledněnými v řešení.

- Agile – je typ projektu, který na rozdíl od ostatních typů založených na vodopádovém přístupu implementace zastupuje přístup interační. Je vhodný pro řešení vyžadující specifické funkce a střední až komplexní úpravy.
- Upgrade – poslední z přístupů, který může být použit s pomocí výše uvedených typů. Pomocí něj můžeme upravovat již zavedený systém a to jak zavádění nových verzí tak přidávání funkcionalit.

Sure step má také **Cross Phase** procesy, které překrývají všechny typy projektů. Cross Phase procesy jsou skupina souvisejících činností, které zahrnují několik fází implementace v konkrétním scénáři projektu. Těchto procesů je celkově devět a jsou seskupeny do tří skupin podle zaměření a to na:

- Organizace – zahrnující procesy řízení programu, tréninku a procesní analýzy
- Řešení – procesy zaměřené na konfiguraci a požadavky, vlastní kódování, kvalitu a testování
- Technologie – zabývající se integrací, infrastrukturou a migrací dat

Metodika také obsahuje takzvané Optimalizační nabídky řešení, ty představují služby, které jsou určené k pomoci zákazníkům a poskytovatelům řešení během celého životního cyklu projektu. Můžeme je rozdělit na služby poskytované během vývoje, zahrnující fáze analýzy, návrhu, vývoje a nasazení a na služby poskytované po zavedení aplikace ve fázi provozní. Optimalizační nabídky jsou navrženy tak aby pomohly snížit rizika a zlepšily spokojenost zákazníka zejména u složitých zakázek.

Navíc poskytuje Sure Step také knihovny k projektovému řízení a řízení změn v organizaci obsahující podporu těchto klíčových funkcí v daném řešení. Projektové řízení zahrnuje řízení: rozsahu, času, nákladů, kvality, zdrojů, komunikace, rizika, problémů, plánování, integrace a zakázek. Procesní pohled na projektové řízení rozlišuje mezi následujícími fázemi: zahájením, plánováním, prováděním, sledováním a uzavřením projektu. Účelem řízení změny organizace je poskytnout plán tohoto celkového přístupu k řízení změn v produktu nebo programu. Informace uvedené v těchto aktivitách budou podporovat obchodní a pracovní transformace potřebné k dosažení výhod, vize a strategie v zákaznickově obchodním případě a

zajištění souladu s celkovou obchodní strategií. Plán projektu popisuje aktivity, úkoly a milníky spojené s provedením tohoto přístupu.

Sure Step rovněž obsahuje přehled typických rolí zapojených do projektu. Role jsou rozděleny podle toho, zda jsou na straně poskytovatele řešení nebo na straně zákazníka. Pro každý projekt provádí tým činnosti, které jsou spojené s prodejem, implementací, provozem a údržbou. Každý člen týmu nebo role je odpovědný za reprezentaci odborných znalostí pro danou kompetenci. Doporučuje se přidělené role a aktivity projít společně se zákazníkem abychom stanovili patřičný čas a prostředky na implementační úsilí. U malých projektů může jeden člen týmu nést více rolí, zatímco u velkých projektů je vhodné, aby jednu roli vykonávalo více členů týmu.

2.5.1 Stručný popis jednotlivých fází projektu

Následující pododstavce stručně shrnují jednotlivé implementační fáze projektu. Náplň jednotlivých fází se odvíjí typu a vlastností každého projektu.

2.5.1.1 Analýza

Fáze analýzy představuje oficiální začátek implementace. V této fázi se definují činnosti potřebné k zahájení a efektivního naplánování projektu. Analýza je zahájena Kick Off meetingem jehož cílem je poskytnout manažerům potřebný přehled o rozsahu, působnosti, cílech, výhodách a klíčových ukazatelích výkonnosti (KPI⁸) projektu. Kromě tohoto setkání zahrnuje projektový plán, milníky, zdroje, role, odpovědnosti a výstupy. Kick Off meeting je také prováděn v podobné podobě pro projektový tým poskytovatele řešení s účastí členů projektového týmu zákazníka.

V návaznosti na setkání je vypracována projektovým plánovačem Zakládací listina projektu spolu s Plánem projektu. Tyto dokumenty jsou schváleny zákazníkem a tvoří základ celého projektu.

Funkční konzultanti provedou Business Process workshop k zmapování a namodelování stavu vnitřních procesů. Sběr a dokumentace zákaznických požadavků, které musí být provedeny při implementaci Microsoft Dynamics produktů tvoří během analytické fáze nejdůležitější soubor činností. Tyto požadavky jsou sepsány v dokumentu funkčních požadavků

⁸ KPI – Key performance indicator

(FRD), který je vstupem pro Fit Gap analýzu. Touto analýzou získáme tabulku požadavků, která vyhodnotí, zda jim vyhovuje (Fit) Microsoft Dynamics produkt, nebo ISV⁹ řešení anebo zda nevyhovuje (Gap) a bude se muset produkt přizpůsobit. Školení týmu zahrnuje přehled řešení, zachycující požadavky na odbornou přípravu a vyvážení školicího plánu, zatímco konzultační tým zachycuje vývojové standardy, standardy kvality a testování, požadavků rozhraní a integrace či požadavky na přenos dat. Tým technologů zachycuje zase nefunkční požadavky, hodnotí infrastrukturu a poskytuje doporučení týkající se tohoto prostředí, jako je nastavení a konfigurace těchto prostředí.

Zdokumentované požadavky jsou zákazníkem analyzovány a vyhodnoceny s následným konečným schválením. Tyto schválené požadavky tvoří základ pro rozsah implementace. Na konci fáze je provedeno zhodnocení, zda jsou výstupy a milníky provedeny dle norem kvality a všechny zmapované rizika a problémy jsou přeneseny do další fáze.

2.5.1.2 Návrh

Cílem fáze návrhu je definovat jak se mají realizovat požadavky zákazníka. Fáze zahrnuje konfiguraci celého řešení Microsoft Dynamics produktu a návrh konkrétních úprav, které jsou nezbytné pro splnění zákaznických požadavků stanovených v průběhu analytické fáze. Tyto úpravy mohou být jednoduchého rázu jako např. úprava uživatelského rozhraní a sestav, ale i přidání a úprava komplexní funkčnosti. Fáze také zahrnuje aktivity spojené s návrhem integračního rozhraní a přenosu dat, které jsou nutné k podpoře požadavků.

V návrhové fázi jsou ustanoveny prostředí DEV a TEST pro podporu systémové konfigurace a přípravy vývoje vyžadující integraci rozhraní, přenos dat a vytváření vlastního kódu. Detaily tohoto vývojového prostředí se uvádí ve své specifikaci. Při řízení projektu hraje stále důležitou roli řízení rizik. K vytvoření plánu zmírňujícího rizika je třeba potvrzovat a identifikovat rizika s týdenní periodou.

Fáze návrhu vrcholí dokončením dokumentace funkčního návrhu (FDD) a technického návrhu (TDD). Na základě těchto dokumentů a dokumentu návrhu řešení (SDD) je dokončen rozsah projektu se všemi zpracovanými požadavky. Zákazník obdrží všechny návrhové části spolu s konečnými odhady a vývojový tým se připraví na vlastní kódování řešení.

⁹ ISV – Independent Software Vendor -nezávislý poskytovatel softwaru (tzv. software třetí strany)

2.5.1.3 Vývoj

Cílem fáze vývoje je vytvořit a otestovat komponenty systému, které jsou definovány a schváleny v návrhových specifikacích, zahrnující vývoj přizpůsobení, integrace rozhraní a procesu přenosu dat. Hlavní výstupy zahrnují kompletní systémovou konfiguraci, dokončené a uzamčené úpravy kódu, integrované rozhraní a přenos dat. Klíčovým výstupem je dokončený SDD a dokončení příjmu dat, procesů a integračního testování. Fáze vývoje zahrnuje také činnosti spojené s řízením rizika a problémů, komunikace, požadavků na změny a aktualizaci plánu projektu. V této fázi je také upraven a uzavřen procesní model budoucího stavu. Vytvořen a předán zákazníkovi k posouzení je také dokumentační průvodce. Tým konzultantů zkompletuje a nastaví požadované konfigurace na zabezpečení rolí. Vlastní kódování dle navržených specifikací je také dokončeno a testováno, tak jako integrace a přenos dat. Podokončení kódování je upraven SDD na aktuální stav. Dokončené testování zahrnuje jak testování přenosu dat, jejich zpracování, ale také integrační komunikaci tak, aby všechny komponenty spolupracovaly podle návrhové specifikace. Tým zabývající se infrastrukturou zkompletuje a poskytne dokument Production Environment Specification, tak aby zákazník mohl začít přizpůsobovat hardwarové a softwarové vybavení. Nakonec veškeré výstupy této fáze projdou hodnocením a kontrolou kvality k zjištění, že fáze proběhla dle kvalitativních požadavků zákazníka.

2.5.1.4 Nasazení

Fáze nasazení je místo, kde veškeré úsilí projektového týmu směřuje k úspěšnému přechodu na nové Microsoft Dynamics řešení. Klíčovými aktivitami v této fázi jsou školení koncových uživatelů, testování výkonu, testování uživatelského přijetí a přesunu do nového prostředí. Fáze zahrnuje probíhající činnosti projektového řízení, řízení rizik, komunikace, změny požadavků a aktualizace plánu projektu. Plánování nasazení, které bylo zahájeno ve fázi návrhu, je dokončeno a schváleno zákazníkem. Tento plán tvoří základ pro nasazení, které musí být dobře řízené, než dojde k uvedení řešení do provozu. Školící tým dokončuje dokumentaci a provádí školení koncových uživatelů. Cross phase Kvality a testování zahrnuje provedení zátěžového testu a testu uživatelského přijetí. Po úspěšném absolvování testu uživatelského přijetí klíčovými uživateli je rozhodnuto, zda se bude pokračovat v uvedení do provozu anebo je třeba vyřešit některé kritické problémy. Technické a infrastrukturní týmy připraví prostředí pro úlohy, které vedou k zprovoznění řešení. Dalším paralelním úkolem je počáteční načítání dat týmem zabezpečujícím přenos dat. Tým provede kontrolu systému a nechá systém schválit zákazníkem. Systém je po

schválení připraven pro uvedení do provozu. Další klíčovou aktivitou je transfer znalostí konzultačního týmu na zákazníka. Tato aktivita je založena na plánu vytvořeném během fáze návrhu, který navrhuje způsob a časový harmonogram předání znalostí.

2.5.1.5 Provoz

Provozní fáze definuje činnosti, které jsou nutné k ukončení projektu, poskytnutí podpory, přechodu řešení a znalostí k zákazníkovi. Hlavní cíle této fáze zahrnují poskytování podpory po zprovoznění systému, převedení řešení na tuto podporu, provedení finálního auditu kvality řešení a ukončení projektu. Programový management připravuje konečné faktury, získané poznatky a zprávu o ukončení projektu. Tým také připraví složku se všemi výstupními dokumenty. Tyto dokumenty jsou přezkoumány zákazníkem za účelem konečného schválení a přijetí. Funkcionální a technický tým předá prostředky potřebné pro následnou podporu po uvedení systému do provozu a řeší případné problémy, které vzniknou nasazením na uživatelské základně. V tomto bodě se tým podpory podílí na řešení problémů tak aby přechod řešení k zákazníkovi spolu s následnou podporou proběhl hladce. Pod dokončení všech aktivit podpory uvedení do provozu, provede tým všechny potřebné logistické činnosti a získá konečné ukončení projektu.

2.6 Dílčí shrnutí

V této kapitole bylo shrnuto, co přesně je to marketing (2.1), z něhož vychází oblast, řízení vztahu se zákazníkem, kterou se zabývá tato práce. Toto řízení vztahu se zákazníkem bylo náležitě popsáno spolu s možností využití této oblasti na vysokých školách. Na tuto podkapitolu navazuje popis podpůrných systémů pro řízení vztahu se zákazníkem, jejich funkcionalit, typů, řešení a stručný přehled dostupných systémů. Jeden ze systémů (Microsoft Dynamics CRM) byl vybrán a podrobněji rozebrán v podkapitole 2.3.5. Abychom mohli podrobně popsat firemní metodiku vývoje pro produkty Microsoft Dynamics, obsahuje tato kapitola také popis, co to metodika je (2.4), jaké jsou její principy, typy a výhody použití. Poslední podkapitolou (2.5) je tedy popis metodiky Microsoft Dynamics Sure Step spolu se stručným shrnutím jednotlivých fází. V následujících kapitolách bude tato metodika aplikovaná na projekt zabývající se CRM systémem pro podporu přijímání studentů na VŠ.

3 Analýza procesu přijímání studentů na vybrané VŠ

K aplikaci metodiky Sure Step je třeba, abychom stanovili některé parametry, ze kterých se bude vycházet a bude podle nich stanoven obsah a postup projektu. Na základě možností metodiky Sure Step a zaměření projektu bylo vybráno nastavení metodiky na řešení produktu Microsoft CRM Online pro veřejný sektor dle standartního typu projektu. Z této konfigurace řešení vyplývají základní dokumenty, které stanovují výstup pro každou fázi projektu.

Pro účely naší analýzy budou klíčovými dokumenty:

- Zakládací listina projektu
- Plán projektu
- Evidence rizika a problémů
- Dokument funkčních požadavků
- Fit Gap analýza
- Business proces analýza
- Požadavky na migraci dat

Následující text se zabývá jednotlivými dokumenty. U každého dokumentu je krátké představení a následuje aplikace na projekt Podpory přijímání studentů na vysokou školu. Vybranou vysokou školou je Vysoká škola báňská - Technická univerzita Ostrava z jejíž struktury a vybraných procesů vychází celý zbytek textu.

3.1 Zakládací listina projektu

Zakládací listina projektu dokumentuje projektové řízení a poskytuje kompletní přehled o projektu. Je zde důležité stanovit jednotlivé cíle, výhody, odpovědnosti, předběžné naplánování, role a klíčové ukazatele pro provedení projektu. Tento dokument připravuje Programový manager a je založený na výkazu práce projektového týmu a vykonaného Kick Off meetingu. Zakládací listina projektu je používána během celého projektu jako vodítko při rozhodování a je stěžejním dokumentem pro všechny další dokumenty projektového řízení.

3.1.1 Úvod

Úvodem je třeba nastínit, o jakého zákazníka se jedná a stručně jej přiblížit. Zákazníkem je Vysoká škola báňská - Technická univerzita Ostrava, která se pyšní více než 160letou tradicí. Její název zachycuje přechod od dříve báňské školy k dnešní technické univerzitě. Univerzita má

sedm fakult a dva celouniverzitní programy. V akademickém roce 2010/2011 na ní studovalo více než 23,5 tisíc studentů. Důraz při výuce je kladen především na aplikovaný výzkum a vývoj. Univerzita je postavena na tradičních oborech, jakými jsou hornictví, metalurgie, či strojírenství s novými technologiemi, jakou jsou supercomputing, nanotechnologie či ekologie. V současné době se také VŠB-TUO může pochlubit faktem, že je jedna z nejúspěšnějších univerzit z pohledu spolupráce s průmyslem. V lednu 2012 se začala VŠB – TUO slučovat s Ostravskou univerzitou v Ostravě se záměrem stát se třetí největší univerzitou v zemi a dosáhnout statutu výzkumné univerzity. Zdroj www.vsb.cz.

3.1.2 Rozsah projektu

Jednou z nejdůležitější částí zakládací listiny je stanovení rozsahu projektu. V jednotlivých bodech je třeba vymezit jednotlivé cíle projektu a obsah projektované verze..

3.1.2.1 Obchodní cíle

1. Zvýšení produktivity zaměstnanců při propagaci a během přijímacího řízení.
2. Zvýšení propagace školy, jednotlivých fakult a studijních oborů.
3. Poskytnutí efektivní komunikace se středními školami.
4. Poskytnutí efektivní komunikace s potenciálními studenty.
5. Zlepšení spokojenosti zaměstnanců úsporou jejich času poskytnutím intuitivního a snadno použitelného systému.
6. Snížení nákladů na propagaci a přijímací řízení
7. Zlepšení předvídatelnosti a konzistence klíčových metrik
8. Zlepšení přístupu k datům v reálném čase a přístupu k řízení a monitorování

3.1.2.2 Cíle projektu

Verze 1

1. Zřídit CRM systém pro evidenci SŠ a potenciálních uchazečů
2. Navrhnout a implementovat řešení pro podporu propagace VŠB – TU Ostrava
3. Navrhnout a implementovat řešení pro podporu přijímacího řízení na VŠB – TU Ostrava
4. Integrace řešení se stávajícím informačním systémem EDISON
5. Testování a nasazení integrovaného řešení

3.1.2.3 *Předmět Verze 1*

1. CRM moduly
 - CRM Propagace
 - CRM Přijímací řízení
2. Podnikové procesy
 - a. Vedoucí k propagaci školy
 - b. Aplikace na procesy přijímacího řízení
3. Základní CRM Entity
 - a. Střední škola
 - b. Potencionální uchazeč/zájemce
 - c. Kontakt
 - d. Aktivita
 - e. Kampaň
 - f. Přihláška
4. Integrace
 - a. CRM \leftrightarrow EDISON (Studijní informační systém), rozhraní pro jednosměrnou nebo obousměrnou (v případě potřeby) synchronizaci přihlášek, výsledků přijímacích zkoušek...
 - b. CRM \leftrightarrow Sociální sítě rozhraní pro obousměrnou správu a synchronizaci kontaktů či komunikace.
5. Školení
 - a. Pomáhat při vytváření školicích materiálů
 - b. Poskytnout školení koncovým uživatelům
6. Převod vědomostí v oblastech
 - a. Funkční
 - b. Správa CRM
 - c. Instalace CRM
 - d. Systémová architektura
 - e. Konfigurace a přizpůsobení
 - f. Sestavy

7. Reporting

- a. Provést školení uživatelů k vytvoření sestav v CRM
- b. Vypracovat několik vlastních sestav pomocí standardních sestav obsažených v aplikaci Microsoft Dynamics CRM 4.0, jako šablony

8. Nasazení

- a. Zajistit nakonfigurované, stabilní a nasazené řešení
- b. Místa – na jednotlivých fakultách
- c. Režim - CRM webový klient, v případě potřeby integrace do Microsoft Office Outlook

3.1.3 Projektové Závislosti

Projekt je závislý na integraci s informačním systémem EDISON. VŠB – TU Ostrava je tak zodpovědná za zajištění dostatečné komunikace během celého projektu a také aby neměla žádný vliv na plán projektu.

3.1.4 Mimo rozsah projektu

Spolu s definováním rozsahu projektu je také důležité v zakládací listině stanovit, abychom předešli pozdějším dohadům a nesrovnalostem, co se od poskytovatele řešení neočekává / tedy co není náplní projektu. Mezi povinnosti poskytovatele řešení tedy nespádá:

1. Procesy po formálním přijetí studenta jsou mimo rozsah verze 1
2. Budoucí stav školních procesů, jejich definice nebo re-engineering, které budou ovlivněny nasazeným CRM řešením
3. Změny základního CRM SDK nebo kódování / skriptování aplikací třetích stran
4. Integrace nebo rozhraní pro jakékoliv aplikace třetí strany nebo starší systémy, které nejsou uvedeny v rozsahu projektu
5. Příprava / formátování, čištění dat, odstranění duplicit a export starších dat pro migraci pomocí dodávané šablony
6. Validace migrovaných dat
7. Hardware, software a jejich instalace

8. Řízení organizačních změn
9. Dokumentace, neboť ta je součástí dodávky CRM
10. Vytvoření šablon pro hromadnou korespondenci, emaily a textové dokumenty
11. Zajištění aktualizací/service pack/minimálních požadavků na systém potřebných pro spuštění a správný chod CRM Online
12. Nasazení mobilního řešení

3.1.5 Model Projektového řízení

Pro projektové řízení je potřeba na začátku projektu stanovit a rozdělit v obou týmech jednotlivé role a její odpovědnosti (3.1.5.1). Lze tak docílit přehledného a jasného vymezení odpovědností jak na straně zákazníka, tak na straně poskytovatele řešení. Spolu s rozdělením rolí se stanoví základní termíny a pravidla pro komunikaci mezi týmy.

3.1.5.1 Rozdělení rolí

Role poskytovatele řešení	Role zákazníka
Project Manager	Executive Sponsor
Engagement Manager	Business Decision Maker
Solution Architect	Customer Project Manager
Application Consultant	IT Manager
Development Consultant	Organizational Change Manager
Technology Consultant	QA Manager
	Key Users
	End Users

Tabulka 3.1 Role podle týmu, zdroj: vlastní zpracování

Podrobný popis jednotlivých rolí je součástí **Přílohy 2: Popis rolí a odpovědností**.

3.1.5.2 Hlášení a komunikace

Na základě domluvy vedoucích zástupců týmu poskytovatele řešení a VŠB – TUO byly stanoveny následující formy a termíny komunikací.

Hlášení

1. Projektový manager poskytovatele řešení bude pravidelně informovat projektového manažera VŠB o stavu prací každý čtvrtek v 9:00.

Komunikace

1. Poskytovatel řešení spolu VŠB se budou setkávat každé úterý ve 14:00. Účastnit setkání se musí všichni členové projektového týmu.
2. O jakýchkoliv změnách v projektu bude protější strana neprodleně informována.
3. Zhodnocení fáze bude naplánováno na konci každé dokončované fáze.

3.1.6 Projektový přístup

Poskytovatel řešení využívá k provádění implementací metodiku Sure Step. Sure Step nabízí strukturovaný přístup poskytovateli řešení k implementaciproduktů Microsoft Dynamics. Metodika Sure Step obsahuje podrobné pokyny k rolím, kterým poskytuje návod k vykonávání činnosti a osvědčeným postupům. Vývojové diagramy, nástroje a šablony lze použít v různých fázích implementačního projektu. Podrobnější popis v kapitole 2.5.

3.1.7 Předběžné plánování

Jedná se o stanovení předběžného plánu verzí a pro verzi, kterou se projekt zabývá je vypracováno předběžné časové rozvržení se stanovením klíčových milníků. Toto rozvržení je následně rozpracováno a aktualizováno v plánu projektu (3.2).

3.1.7.1 Plán vydání verzí

	Propagace	Přijímací řízení	Administrace během studia	Komunikace s absolventy
VŠB	Verze 1		Budoucí verze	Budoucí verze

Tabulka 3.2 Plánování verzí, zdroj: vlastní zpracování

3.1.7.2 Rozvržení verze 1

CRM systém pro podporu přijímacího řízení na VŠ			
Fáze analýzy 6.4 – 1.5			
Fáze návrhu 2.5 -1.6			
Fáze vývoje 1.6 -16.7			
Fáze nasazení 16.7 -13.8			
Provozní fáze 13.8- 17.8			

Tabulka 3.3 Rozvržení verze 1, zdroj: vlastní zpracování

3.1.7.3 Klíčové milníky a výstupy

Zde jsou navrženy pro jednotlivé fáze klíčové výstupy a milníky, ke kterým je přiřazeno přibližné datum a kompetence jednotlivých stran. Tabulka těchto milníků je uvedena v **Příloze 1: Výstupy a milníky**.

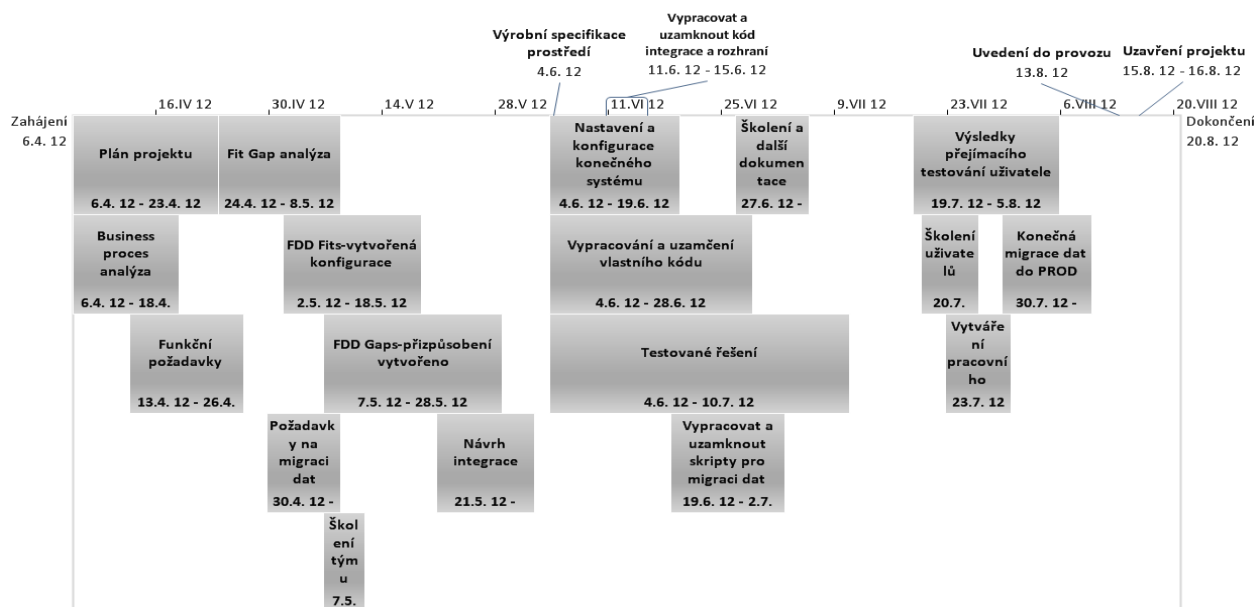
3.1.8 Kritéria úspěšnosti a metriky

Aby byl výsledný projekt hodnotitelný, je nutné vymezit, jaké výhody má toto projektované řešení přinést. Mezi výhody patří:

- Zvýšení produktivity podpory propagace prostřednictvím standardizace a automatizace těchto aktivit:
 - Zvýšení počtu přihlášených studentů
 - Upevnění a zvýšení prestižnosti VŠB – TU Ostrava ve veřejném podvědomí
 - Snížení „papírování“ pracovníků VŠB, kteří mají propagaci na starost
 - Zvýšení efektivnosti dílčích procesů (komunikace se SŠ, komunikace a oslovování potencionálních studentů, zacílená propagace a získávání kontaktů)
 - Zlepšení řízení a nákladů na zacílené propagační kampaně
- Zlepšení přijímacího řízení prostřednictvím standardizace a automatizace těchto aktivit:
 - Minimalizace „papírování“ pracovníků VŠB, kteří mají přijímací řízení na starost
 - Snížení nákladů na účastníka přijímacího řízení
- Zvýšení morálky zaměstnanců, kterým systém ušetří velké množství ruční práce
- Zlepšení průhlednosti a řízení stávající podpory přijímacího řízení

3.2 Projektový plán

Vývoj projektového plánu je proces dokumentování činností nezbytných k řádnému provedení projektu. Plán stanovuje „co se má udělat a kdy“ a to v závislosti na typu a velikosti projektu. Tento dokument je aktualizován během všech projektových fází. Níže je uveden časový diagram jednotlivých výstupních dokumentů. Seznam všech procesů je uveden v **Příloze 3: Seznam úkolů projektového plánu**.



Obrázek 3.1 Rozvržení výstupu dle projektového plánu, zdroj: vlastní zpracování

3.3 Registrace rizik a problémů

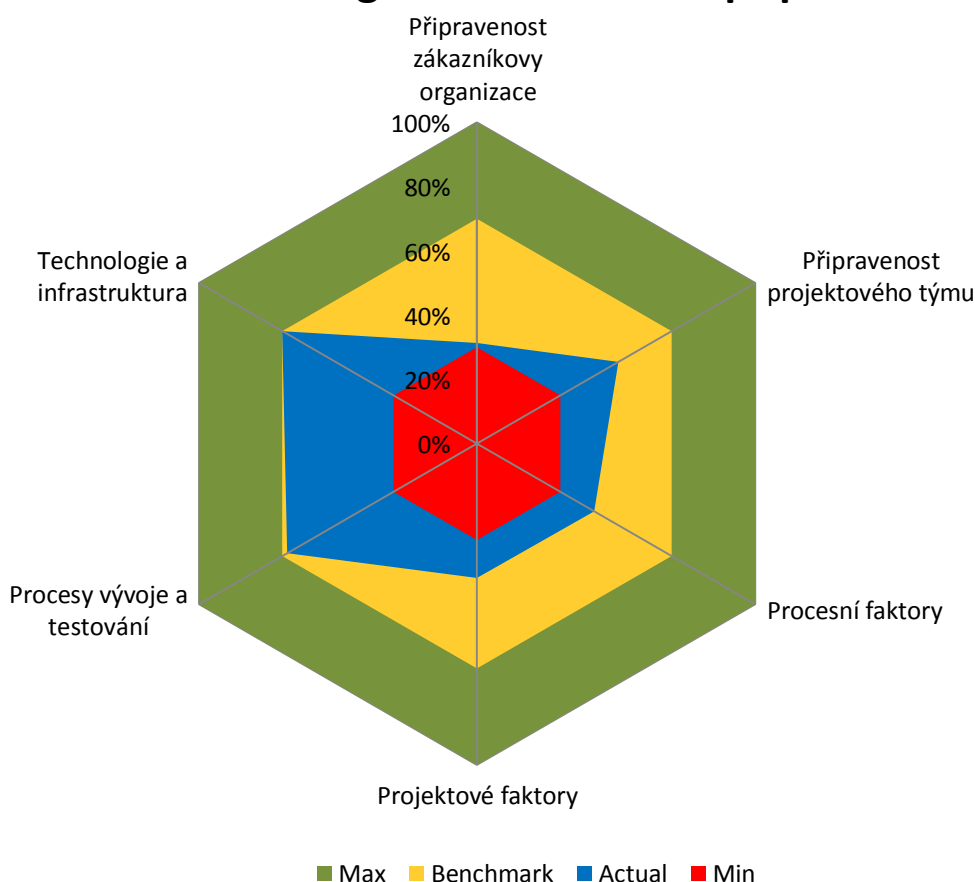
Hodnocení organizačních rizik a problémů je proces, který nám poskytuje náhled na zákaznickou připravenost a složitost změny, kterou nové řešení přinese. Hodnocení je provedeno zpracováním dotazníku, z něhož byl vyvozen následující graf na Obrázek 3.2. V grafu jsou zaneseny maximální, průměrné a minimální hodnoty spolu s hodnocením zaneseným ze souhrnné tabulky odpovědí. Souhrnná tabulka odpovědí s podrobnějším popisem hodnot je v **Příloze 4: Tabulka rizik a problémů**.

Z obrázku 3.2 vyplývá následující:

- **Připravenost zákaznickovy organizace** – Zde je nalezena největší slabina projektovaného řešení. Zákazník není patřičně připraven a neví přesně, co chce. Koncoví uživatelé jsou do projektu zahrnuti minimálně, navíc podobný systém doposud nevyužívali, a tudíž nemají

představu, co jim nové řešení může přinést. Je třeba se zaměřit na komunikaci s projektovými zástupci VŠB a důkladně s nimi prokonzultovat změny, které řešení přinese. Na tomto základě vypracovat a předat dokumenty, ve kterých budou tyto změny

Posouzení organizačních rizik a připravenosti



Obrázek 3.2 Posouzení organizačních rizik a připravenosti zdroj: vlastní zpracování

uvedeny spolu s příslušnými opatřeními, zainteresovaným osobám.

- **Připravenost projektového týmu** – Projektový tým má už s takovými řešeními nějaké zkušenosti, ale je třeba dbát na školení jednotlivých pracovníků.
- **Procesní faktory**–Projekt má stanovenou jen předběžnou kostru je tak třeba důkladného prozkoumání jednotlivých procesů. Základem bude vypracování podrobného procesního modelu, který schválí příslušné osoby ze strany VŠB.
- **Projektové faktory** – Zde je viděno riziko ve stanoveném datu předání řešení. Datum předání je stanoveno nejpozději na konec prázdnin 2012. Proto bude třeba, aby projektový

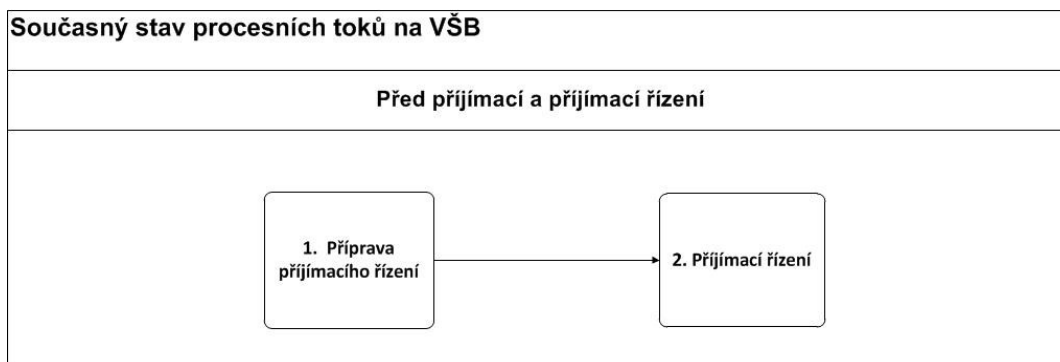
manager dostatečně kontroloval a řídil změny v projektovém plánu. Dále je třeba při konzultaci klást důraz na rozbor jednotlivých požadavků na řešení.

- **Procesy vývoje a testování** – Vývoj a testování řešení by díky flexibilitě a jednoduchosti MS Dynamics CRM Online neměly provázet žádné větší problémy a rizika. Je však i tak třeba klást důraz na dodržení časového plánu, ale také na možný vznik problému během integrace řešení s IS EDISON. Tyto rizika musí brát projektový manager v úvahu a zaměřit se na jejich předcházení.
- **Technologie a infrastruktura** – Tato část hodnocení vyšla nejlépe, a to díky vybrané technologii MS Dynamics CRM Online a jejím vlastnostem.

3.4 Business Proces Analýza

K mapování současného a budoucího stavu podpory přijímacího řízení na VŠB – TU Ostrava bylo využito procesního modelování. Následující podkapitola nám dává základní přehled, jak toto přijímací řízení doposud funguje. Na tuto analýzu navazuje v kapitole návrhu (4.1) procesní model který představuje jak se tyto činnosti mají, dle požadavků VŠB, změnit nasazením nového CRM systému. Procesní model stávajícího řešení je základním kamenem pro sběr funkčních požadavků na navrhovaný systém.

3.4.1 Business Proces Model současnosti



Obrázek 3.3 Současný stav před přijímacího a přijímacího řízení, zdroj: vlastní zpracování

Dosavadní podporu přijímacího řízení lze rozdělit na dva procesy (viz Obrázek 3.3), které se skládají z dílčích pod procesů, a to na Přípravu přijímacího řízení a na samotné Přijímací řízení. Tyto podprocesy jsou podrobně rozebrány a popsány v **Příloze 5: Podprocesy současného stavu**. Při vytváření tohoto procesního modelu jsem vycházel z Procesního modelu zpracovaného VŠB – TU Ostrava v rámci ISO 9001 a poznatků pracovníků školy.

Proces:	Podpora přijímacího řízení
Vymezení platnosti:	Popis procesu je závazný pro všechny zaměstnance VŠB – TU Ostrava vykonávající činnosti stanovené tímto procesem.
Garant procesu:	Pro Univerzitní studijní programy (USP) – prorektor pro studium a pro studijní programy (SP) na jednotlivých fakultách – příslušný proděkan
Základní povinnosti garanta procesu:	Odpovídá za shodu realizace procesu s jeho popisem, za monitorování a měření procesu, za provedení analýzy rizik procesu
Zákazník procesu:	Uchazeč
Klíčové vstupy:	Absolvent střední školy
Klíčové výstupy:	Přijatý uchazeč
Zdroje:	Infrastruktura fakult, USP a VŠB - TUO
Regulátory:	Zákon o vysokých školách č. 111/1998 Sb. Akreditovaný studijní program a obor Řád přijímacího řízení Pravidla přijímacího řízení pro studijní programy/obory Podmínky financování VŠ

Tabulka 3.4 Popis procesu, zdroj: vlastní zpracování

3.5 Funkční požadavky

Sběr zákaznických požadavků je jednou z nejdůležitějších aktivit, fáze analýzy během implementace některého z produktů MS Dynamics. Pro tuto činnost bylo třeba vynaložit značné úsilí a čas, tak aby výsledný systém co nejvíce odpovídal představě VŠB – TU Ostrava. Sběr požadavků byl proveden na základě vypracovaného procesního modelu viz výše a na základě doplňkových požadavků klíčových uživatelů. Tyto požadavky byly následně zaznamenány v dokumentu funkčních požadavků. Tento dokument tak poskytuje kompletní popis požadavků na nový systém a tvoří tak výchozí bod pro návrhovou fázi.

3.5.1 Úvod

Tato podkapitola obsahuje jednotlivé části dokumentu funkčních požadavků, které musí splňovat budoucí CRM systém pro podporu přijímacího řízení na VŠB – TU Ostrava.

3.5.1.1 Cílová skupina

Dokument se zaměřuje zejména na před přijímací řízení, přijímací řízení a na související oblasti těchto procesů.

3.5.1.2 Účel

Tento dokument popisuje potřeby pro navrhované řešení. Účel dokumentování funkčních požadavků lze shrnout takto:

- Identifikování a zaznamenání požadavků VŠB – TU Ostrava na systém
- Vytvořit základ pro funkcionální návrh (FDD) a systémovou konfiguraci
- Vytvořit základ pro plánování
- Vytvořit základ pro zajištění kvality
- Vytvořit základ pro funkční testy

3.5.1.3 Rozsah řešení

První fáze realizace je zaměřena především na automatizaci vztahu se středními školami a potencionálními uchazeči, ale také na automatizování před přijímacího a přijímacího řízení. To zahrnuje následující:

- Správu SŠ
- Správu zájemců a potencionálních uchazečů
- Správu kontaktů
- Správu kampaní
- Správu přijímacích řízení
- Workflow
- Sestavy a analýzy

3.5.2 Microsoft Dynamics CRM Online Funkční Požadavky

V následujících tabulkách jsou vytyčeny požadavky na funkčnost systému. Obecné požadavky na systém jsou uvedeny v **Příloze 7: Microsoft Dynamics CRM Online obecné systémové požadavky**.

3.5.2.1 Správa kontaktů

ID	Kategorie	Požadavek	Must have(M) /Future (F)	Komentáře
KO1	Správa kontaktů	Kontakty lze zadat pomocí aplikace CRM Dynamics nebo na importovat přes aplikaci Microsoft Outlook.	M	
KO2	Správa kontaktů	Tvorba kontaktu, který nemusí být přiřazen k SŠ, přihlášce nebo kampani.	M	"Out-of-the-box" funkce.
KO3	Správa kontaktů	Kontakt lze navázat na více než jednu přihlášku nebo kampaň, ale ne na více SŠ.	M	
KO4	Správa kontaktů	Kontaktu je přiřazen obor tak, jako má SŠ, na které studuje.	M	Kontaktu lze přiřadit i více oborů a zájmů.
KO5	Správa kontaktů	Jestliže je kontakt přiřazen k určité SŠ nebo přihlášce, zobrazí se to v příslušném poli na jeho formuláři.	M	
KO6	Správa kontaktů	Systém bude poskytovat možnost vytvořit šablonu kontaktního řízení a přenést údaje ze všech existujících datových prvků, jako název SŠ, obor, email, atd.	M	Schopnost vytvořit kontakt uchazeče a přiřadit jej k SŠ a přihlášce, oboru zájmu.

Tabulka 3.5 Funkční požadavky: Kontakty, zdroj: vlastní zpracování

3.5.2.2 Správa Středních škol

ID	Kategorie	Požadavek	Must have(M) /Future (F)	Komentáře
S1	Správa SŠ	Řešení musí podporovat vytváření multi-vztahové struktury (SŠ a jejich studenti neboli zájemci/potencionální uchazeči)	M	Microsoft Dynamics CRM podporuje koncept nadřazenosti a podřazenosti. Lze tak jednoduše vytvořit vztah Středních škol a jejich studentů.
S2	Správa SŠ	SŠ lze přiřadit kontakty na jednotlivé zaměstnance.	M	Viz výše

Tabulka 3.6 Funkční požadavky: Střední školy, zdroj: vlastní zpracování

3.5.2.3 Správa zájemců/potencionálních uchazečů

ID	Kategorie	Požadavek	Must have(M) /Future (F)	Komentáře
Z1	Správa zájemců	Musí být schopen automaticky přesměrovat záznam k některému uživateli podle oblasti zájmu.	M	Dosaženo prostřednictvím workflow.
Z2	Správa zájemců	Musí být schopen sledovat veškerou korespondenci se zájemcem, včetně e-mailů, telefonních hovorů, příspěvků a dotazů na sociálních sítích.	M	Dosaženo prostřednictvím aktivit.
Z3	Správa zájemců	Údaje k záznamu zájemce se musí přenést při převodu k patřičnému uchazeči.	M	Úpravy nutné.
Z4	Správa zájemců	Přesměrování kontaktů ze sociální sítě a vytvoření zájemce.	M	Dosažení pomocí softwaru třetí strany např. Parrot
Z5	Správa zájemců	Zájemce bude mít oblast zájmu.	M	Buď bude přebrán z oboru SŠ, na které studuje, nebo jej zadá sám.

Tabulka 3.7 Funkční požadavky: Zájemců, zdroj: vlastní zpracování

3.5.2.4 Správa kampaní a následný sběr kontaktů

ID	Kategorie	Požadavek	Must have(M) /Future (F)	Komentáře
KA1	Správa kampaní	Při zadávání kampaně si může uživatel záznam vytisknout.	M	"Out-of-the-box" funkce.
KA2	Správa kampaní	Oslovování na sociálních sítích	M	Dosaženo prostřednictvím softwaru třetích stran např. Parrot
KA3	Správa kampaní	Zacílení kampaně podle výběrových kritérií	M	"Out-of-the-box" funkce.
KA4	Správa kampaní	Možnost upravit/vytvořit kampaň na základě rolí.	M	Řešení by mělo být rozděleno podle oddělení.
KA5	Správa kampaní	Rozesílání informací kontaktům začleněným na sociálních sítích v různých skupinách	F	Například kampaň pomocí Facebooku pro potencionální uchazeče, kteří jsou členy některé ze skupin či označily někoho za oblíbeného (například jejich střední školu).

Tabulka 3.8 Funkční požadavky: Kampaní, zdroj: vlastní zpracování

3.5.2.5 Správa přijímacích řízení

ID	Kategorie	Požadavek	Must have(M) /Future (F)	Komentáře
P1	Správa přijímacích řízení	Informování uchazeče o stavu přihlášky a přijímacího řízení	M	Dosaženo prostřednictvím konfigurace workflow.
P2	Správa přijímacích řízení	Přiřazení uchazeče pomocí prohledávání zájemců, minulých uchazečů nebo vytvoření nového.	M	Zabránění duplicit v záznamech a sledování „životního cyklu uchazeče“.
P3	Správa přijímacích řízení	Rozdělení uchazečů na ty, kteří musí a nemusí konat přijímací zkoušku.	M	Dosaženo prostřednictvím konfigurace workflow.
P4	Správa přijímacích řízení	Kontrola zaplacení poplatku při načtení přihlášky s následnou upomínkou při nezaplacení a při další kontrole vyřazení uchazeče pro nesplnění podmínky, je zaslán dotazník.	M	Dosaženo prostřednictvím konfigurace workflow.

Tabulka 3.9 Funkční požadavky: přijímacího řízení, zdroj: vlastní zpracování

3.5.2.6 Správa systému

ID	Kategorie	Požadavek	Must have(M) /Future (F)	Komentáře
SS1	Správa systému	Systém umožní správu uživatelských účtů, referenčních dat, workflow a funkcí.	M	"Out-of-the-box" funkce.
SS2	Správa systému	Přidávat a odstraňovat uživatele.	M	"Out-of-the-box" funkce.
SS3	Správa systému	Správa uživatelských oprávnění pro čtení, zápis, mazání, úpravu záznamů a polí, či přístup k vzdálené databázi.	M	"Out-of-the-box" funkce.
SS4	Správa systému	Vytvářet a upravovat workflow pro novou kampaň, kontakt a přihlášku.	M	Bude třeba definovat správné postupy.
SS5	Správa systému	Vytvořit nové typy uživatelských profilů s připojenými oprávněními.	M	Bude definovat zabezpečení pro každou roli.
SS6	Správa systému	Kontrolní tvorba sestav, tisk a přístup na základě uživatelských oprávnění. (Např. sestava nemůže být zpřístupněna subjektu bez příslušných oprávnění.)	M	Je třeba definovat, co má sestavy tvořit a kdo si může zobrazit data obsažená v těchto sestavách.
SS7	Správa systému	Aktualizace informací o studijních programech.	M	Správce bude moci aktualizovat studijní programy z IS EDISON.

ID	Kategorie	Požadavek	Must have(M) /Future (F)	Komentáře
SS8	Správa systému	Aktualizace informací o Středních školách.	M	Na základě uživatelských rolí a zabezpečení.

Tabulka 3.10 Funkční požadavky: Správy systému, zdroj: vlastní zpracování

3.5.2.7 Sestavy a analýzy

ID	Kategorie	Požadavek	Must have(M) /Future (F)	Komentáře
SA1	Sestavy	Sledování aktivit SŠ, zájemců, uchazečů a aktuálních přihlášek.	M	Potřeba zjistit funkčnost modifikovaných aktuálních sestav, vlastních pohledů nebo vlastních sestav.
SA2	Sestavy	Uživatel s patřičným oprávněním může vytvářet nové pohledy nebo upravovat existující sestavy.	M	Potřeba proškolit uživatele.
SA3	Sestavy	System musí poskytnout předpřipravené sestavy. Avšak uživatel s oprávněním bude moci vytvářet a publikovat vlastní sestavy bez nutnosti programování.	M	Potřeba proškolit uživatele. Uživatelé mohou využít uložených pohledů funkce Rozšířeného hledání.

Tabulka 3.11 Funkční požadavky: Sestavy a analýzy, zdroj: vlastní zpracování

3.5.2.8 Workflow

ID	Kategorie	Požadavek	Must have(M) /Future (F)	Komentáře
W1	Workflow	Řešení musí podporovat možnost vytvářet vlastní pracovní postupy.	M	Microsoft Dynamics CRM využívá Windows WorkflowFoundation jako workflowengine. Pracovní postupy mohou být vytvořeny pomocí CRM rozhraní, stejně jako pomocí Visual Studia (vlastní vývoj pracovních postupů).

Tabulka 3.12 Funkční požadavky: Workflow, zdroj: vlastní zpracování

3.5.2.9 Konverze dat

ID	Kategorie	Požadavek	Must have(M) /Future (F)	Komentáře
K1	Konverze dat	Řešení musí mít metodu pro import SŠ, kontaktů a zájemců.	M	Lze toho dosáhnout prostřednictvím Import DataManageru nebo prostřednictvím řešení třetí strany, jako je nástroj Scribe software Insight. Údaje je dále třeba analyzovat a stanovit, kterými mají být prezentovány.

Tabulka 3.13 Funkční požadavky: Konverze dat, zdroj: vlastní zpracování

3.5.2.10 Systémová integrace

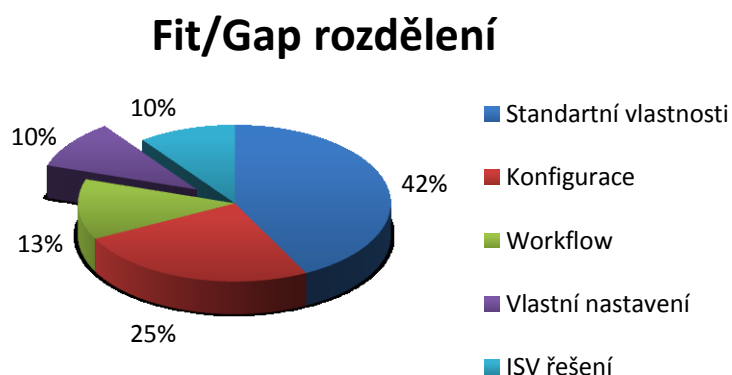
ID	Kategorie	Požadavek	Must have(M) /Future (F)	Komentáře
I1	Integrace	Zavedení přihlášky z IS EDISON do Microsoft Dynamics CRM	M	
I2	Integrace	Výsledky přijímacího řízení z IS EDISON do Microsoft Dynamics CRM	M	
I3	Integrace	Zaznamenání přijetí z Microsoft Dynamics CRM do IS EDISON	M	
I4	Integrace	Kontakty ze sociálních sítí	M	
I5	Integrace	Správa profilů na sociálních sítích	M	
I6	Integrace	Systém musí poskytnout možnost integrace s Microsoft Office, zahrnující MS Word, MS Excel, a Outlook.	M	"Out-of-the-box" funkce.

Tabulka 3.14 Funkční požadavky: Integrace, zdroj: vlastní zpracování

3.6 Fit Gap analýza

Na základě vypracovaného dokumentu funkčních požadavků bylo třeba tyto požadavky znovu projít a následně identifikovat a rozebrat si jejich povahu. Pak bylo pro každý požadavek rozhodnuto, zda spadá do jednotlivých kategorií. Požadavky jsme tak rozdělili na ty, které jsou již součástí standartních vlastností, nebo na ty, jež bude třeba nakonfigurovat v tomto standartním řešení. Další kategorii tvoří požadavky, které lze zavést do systému pomocí vytvoření vhodného workflow a nebo ty, které bude třeba naprogramovat. Poslední kategorii (řešení Independent Software Vendor) tvoří ty požadavky, jež lze pro systém zajistit pomocí již vytvořených modulů jiného dodavatele. V **Příloze 8: Tabulka výsledků Fit Gap analýzy** jsou uvedeny jednotlivé části systému a počet požadavků s rozdělením kolik požadavků spadá pro danou část do některé z kategorií. Pro každou kategorii je vypočteno celkové procentuální zastoupení v rámci všech

funkčních požadavků (pro danou verzi). Procentuální rozdělení těchto kategorií přehledně ukazuje graf na obrázku 3.4. Na základě analýzy byly sečteny celkové procentuální hodnoty pro kategorie standartní vlastnosti, konfigurace, workflow a ISV řešení. Výsledkem pak je, že MS Dynamics CRM Online vyhovuje funkčním požadavkům na 90%. Zbýlých 10% představuje požadavky na programování.



Obrázek 3.4 Rozdělení po fit gap analýze, zdroj: vlastní zpracování

3.7 Požadavky na migraci dat

Získávání požadavků pro datovou migraci, zahrnuje analýzu stávajících dat. Jak velké úsilí zabere tento přenos, se odvíjí od rozdělení množství dat, které budou vynechány, a těch které budou skutečně přeneseny. Na zákazníkově tak je, aby rozhodl, která data a s jakou časovou působností bude chtít do nového systému přenést.

Při sběru požadavků na přenos stávajících dat do nového systému vznikly tři nároky na migraci:

1. **Přenos evidovaných údajů o Středních školách** – zde by neměl nastat problém, jelikož tyto informace se doposud evidují pomocí Microsoft Office Excel, a tudíž lze tyto údaje nainportovat přímo v MS Dynamics CRM Online pomocí datového přiřazení.
2. **Přenos evidovaných údajů o Studijních programech** – tyto studijní programy budou vlastním předmětem (jako ve standartním CRM produkt) nabídek pro potencionální uchazeče. Všechny informace ke studijním programům jsou doposud evidovány v IS EDISON a bude je tak nutné vyexportovat. Pro nejsnazší import by bylo nejvhodnější zvolit formát MS Office Excel. V případě nemožnosti využití tohoto formátu lze zvolit možnost využití přímé integrace s IS EDISON.

3. **Přenos Evidovaných údajů o minulých uchazečích a přihláškách** – tento největší přenos byl navrhnut, ale pro svou komplexnost byl ponechán zákazníkem jako možnost do budoucna.

Na konci této činnosti sběru požadavků by měl být vypracován dokument s přiřazením jednotlivých přenášených informací k jednotlivým entitám v novém systému. V našem případě se tento dokument nezpracovával, jelikož entity nového systému, které mají být cílem přenášených dat, budou navrženy podle těchto migrovaných dat. Tento přenos by měl proběhnout bez větších obtíží.

3.8 Shrnutí analýzy

V rámci analýzy bylo zmapováno před přijímací řízení i vlastní přijímací řízení na VŠB – TUO. Dle metodiky Sure Step byly vytvořeny vybrané výstupy: základací listina projektu, projektový plán, registrace rizik a problémů, a následně detailní procesní analýza současného stavu, z nichž vzešly funkční požadavky na budoucí systém a požadavky na přenos dat. Takto vzešlé požadavky jsou posouzeny podle míry toho, jak vyhovují standardní verzi CRM systému, ve Fit Gap analýze. Dokončené dokumenty jsou následně předány zákazníkovi ke schválení a získání souhlasu k uskutečnění následující fáze návrhu.

4 Návrh systému řešení podpory přijímání studentů pomocí CRM systému

Cílem fáze návrhu je definovat, jak mají být požadavky na systém implementovány. Fáze zahrnuje procesní model budoucího systému, konfiguraci celkového řešení a návrh konkrétních vlastních úprav potřebných ke splnění požadavků stanovených během fáze analýzy. Tyto úpravy představují rozsah od jednoduchých úprav uživatelského rozhraní, sestav až po doplnění středně komplexní funkcionality. Vlastní úpravy mohou pro podporu požadavků zahrnovat také integraci, rozhraní a migraci dat.

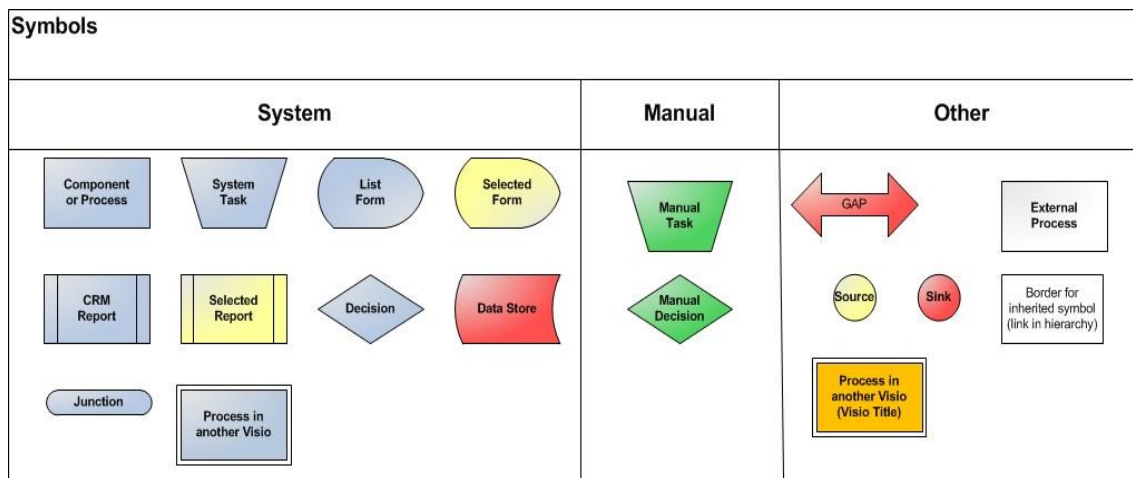
Pro účely návrhu systému budou zpracovány klíčové dokumenty:

- Procesní model budoucího CRM
- Funkční návrh – Fits (konfigurace)
- Funkční návrh – Gaps (vlastní nastavení)
- Návrh integrace

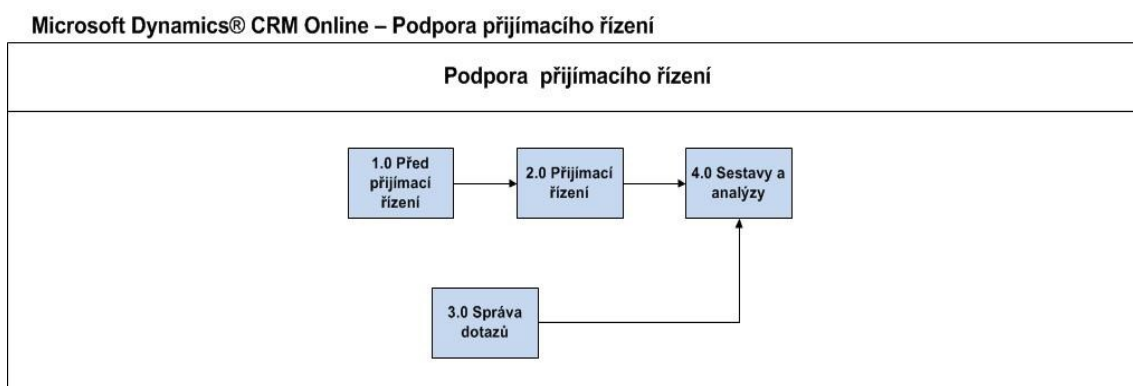
Dokument technického návrhu není v rámci diplomové práce zpracován, jelikož funkční návrh vlastního nastavení, z něhož tento dokument vychází, je pro účel této práce dostačující.

4.1 Business Proces Model budoucího CRM systému

Tento procesní model budoucího systému byl vytvořen za pomoci koncového uživatele a funkčních požadavků, s kterými tvoří základ pro další návrh. S uživatelem byl konzultován procesní model standartního řešení a byly stanoveny požadavky na jeho úpravy, tak aby tento procesní model vyhovoval potřebám VŠB. Jelikož na VŠB – TU Ostrava doposud nebyl pro podporu přijímacího řízení zaveden žádný CRM systém, jedná se o prvotní řešení. Při sestavování modelu bylo použito komponent, které jsou k sestavování procesního modelu uvedeny v metodice Sure Step (viz Obrázek 4.1).



Obrázek 4.1 Přehled komponent v návrhu budoucího systému, zdroj: vlastní zpracování



Obrázek 4.2 Hlavní diagram podpory přijímacího řízení, zdroj: vlastní zpracování

CRM systém bude obsahovat čtyři větší celky, které představují tyto procesy:

1.0 Před přijímací řízení

Tento proces zahrnuje pod procesy zajišťující propagaci fakulty od jejího plánování přes vytvoření jednotlivých propagačních kampaní, sběru a správy kontaktů

2.0 Přijímací řízení

Proces přijímací řízení představuje správu přihlášek jejich kontrolu a doplnění, s následnou agendou během samotného přijímacího řízení.

3.0 Správa dotazů

Správa dotazů je proces, který je nezávislý na obou předchozích a běží s nimi paralelně. Jedná se o evidenci přichozích dotazů (od SŠ, potencionálních uchazečů, od již přihlášených uchazečů) a následné evidování odpovědí na ně.

4.0 Sestavy a analýzy

Shromáždění jednotlivých údajů v systému nám umožňuje spravovat jednotlivé sestavy a analýzy (předem definované, i uživatelem vytvořené).

Jednotlivé pod procesy jsou podrobně rozpracovány a popsány v **Příloze 6: Podprocesy budoucího stavu**.

4.1.1 Shrnutí procesní analýzy

Byl vypracován procesní model současného stavu (3.4.1), na který navazuje modelstavu budoucího (4.1), který byl zpracován na základě procesních požadavků VŠB. Tím jsme docílili uceleného a názorného popisu, jak by mělo řešení v budoucnu pracovat, a které úlohy by mělo být schopno řešit. Byli zde také odhaleni klíčoví uživatelé systému a to Pracovník studijního oddělení a Public relation manager. Na jejich požadavcích je tento budoucí procesní model postaven. Kromě rozpracování procesů před přijímací řízení a úpravy samotného přijímacího řízení došlo i k přidání správy dotazů, které přijímají jednotliví pracovníci studijního oddělení a PR manageri. Budoucí model také předpokládá sjednocení a zavedení jednoduché tvorby sestav a analýz jednotlivých úloh CRM systému.

4.2 Funkční návrh

Díky Fit Gap analýze zpracované ve fázi analýzy byly jednotlivé požadavky rozděleny na ty, které vyhovují (Fits) řešení a na ty, které představují mezery (Gaps) řešení. Takto označené požadavky jsou v rámci návrhové fáze zpracovávány v dokumentu funkčního návrhu. Tyto rozdělené požadavky jsou navrhovány rozdílným způsobem a tak jsou pro lepší přehlednost tohoto dokumentu popsány odděleně.

4.2.1 Fits

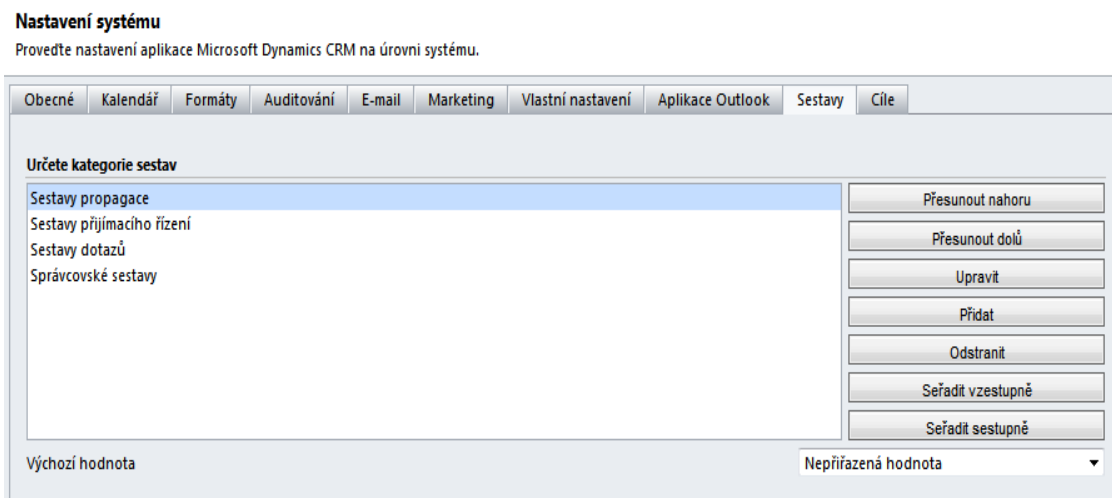
Jedná se o požadavky, jímž vyhovuje řešení Microsoft Dynamics CRM nebo pro ně existuje vhodné ISV řešení. V této činnosti návrhu spolupracuje aplikační konzultant společně s příslušným klíčovým uživatelem. Výsledkem je dokumentace pokrývající konfiguraci a nastavení vhodných parametrů standardního a ISV řešení tak, aby patřičně vyhovovaly chtěným požadavkům.

4.2.1.1 Konfigurace standartního řešení

Jedná se o nastavení standartního řešení tak, aby vyhovovalo funkčním požadavkům VŠB -TUO na nový CRM systém. V rámci obecné konfigurace řešení jsou uvedeny jen požadavky na změnu tohoto nastavení. Ostatní nastavení řešení zůstane buď podle standartního řešení, nebo nemají pro požadavky VŠB – TUO využití.

Nastavení systému - sestavy

VŠB -TUO bude využívat tyto nastavení pro sestavy:



Obrázek 4.3 Kategorie sestav systému, zdroj: MS CRM

Automatické číslování

VŠB – TUO bude používat následující nastavení automatického číslování:

Nastavit automatické číslování

Zadejte předpony pro tyto entity. Pro příslušné entity vyberte délku přípony.

Smlouvy	Případy	Články	Nabídky	Přihlášky	Faktury	Kampaně
Předpona *	<input type="text" value="KAM"/>					
Číslo	<input type="text" value="1008"/>					
Délka přípony	<input type="text" value="6"/>					
Náhled	KAM-01008-AS7FX3					

Obrázek 4.4 Nastavení automatického číslování, zdroj: MS CRM

Automatické číslování bude využito pouze pro níže uvedené entity.

CRM Online Entita	Prefix	Číslo	Délka suffixu
Případy	DOT	1000	6
Články	CL	1000	6
Kampaně	KAM	1000	6

Tabulka 4.1 Hodnoty pro nastavení automatického číslování, zdroj: vlastní zpracování

Nastavení fiskálního roku

VŠB - TUO bude používat následující nastavení:

Nastavení fiskálního roku

Vyberte nastavení fiskálního roku pro aplikaci Microsoft Dynamics CRM.

Obrázek 4.5 Nastavení roku v systému, zdroj: MS CRM

Předmět

VŠB - TUO bude používat následující strom předmětu:

- Propagace
 - Kampaň
 - Dotazy
- Přijímací řízení
 - Přihláška
 - Přijímací zkouška
 - Dotazy

Vztahové role

VŠB - TUO bude používat následující vztahové role:

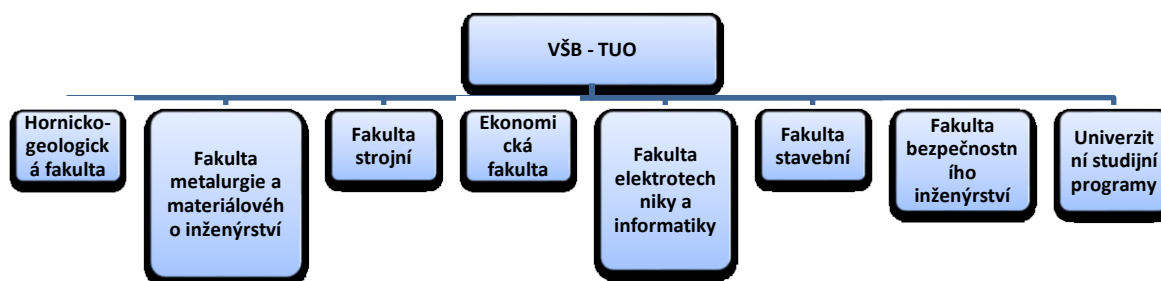
(Označení 'X' v políčku představuje vhodnou vztahovou roli)

Název vztahové role	Typ vztahu	Střední škola	Kontakt	Příhláška
Student střední školy	Role SŠ s			
	Role kontaktu s	X		
Účastník přijímacího řízení	Role SŠ s			
	Role kontaktu s			X
Pracovník střední školy	Role SŠ s		X	
	Role kontaktu s			

Tabulka 4.2 Vztahové role, zdroj: vlastní zpracování

Obchodní jednotky

Obchodní jednotky reprezentují organizační strukturu a řízení přístupu k datům uživatelem vlastněných entit. Většina záznamů v aplikaci Microsoft Dynamics CRM je tedy vlastněna uživateli. Tyto záznamy má uživatel přiřazené jako vlastník. Uživatel je také přiřazen k obchodní jednotce. Pokud dojde k přesunu uživatele k jiné obchodní jednotce, všechny záznamy vlastněné tímto uživatelem ve staré obchodní jednotce se spolu s uživatelem převedou k nové jednotce.



Obrázek 4.6 Rozdělení VŠB - TUO na obchodní jednotky, zdroj: vlastní zpracování

Role zabezpečení

Uživatelé **VŠB – TUO** budou přiřazeni k následujícím bezpečnostním rolím a obchodním jednotkám:

OJ	VŠB -TUO	Microsoft Windows Live ID	Microsoft Active	CRM Online
	Uživatel		Directory ID	Security Role
VŠB – TUO		administrator@vsb.cz		System Administrator
		Systemkonfigurator@vsb.cz		System Customizer
HGF		HGFstudijni@vsb.cz		Pracovník SO
		HGFprmanager@vsb.cz		PR manager
FMMI		FMMIstudijni@vsb.cz		Pracovník SO
		FMMIprmanager@vsb.cz		PR manager
FAST		FASTstudijni@vsb.cz		Pracovník SO
		FASTprmanager@vsb.cz		PR manager
EKF		EKFstudijni@vsb.cz		Pracovník SO
		EKFprmanager@vsb.cz		PR manager
FEI		FEIstudijni@vsb.cz		Pracovník SO
		FEIprmanager@vsb.cz		PR manager
FBI		FBIstudijni@vsb.cz		Pracovník SO
		FBIprmanager@vsb.cz		PR manager
FS		FSstudijni@vsb.cz		Pracovník SO
		FSprmanager@vsb.cz		PR manager
USP		USPstudijni@vsb.cz		Pracovník SO
		USPprmanager@vsb.cz		PR manager

Tabulka 4.3 Role dle obchodních jednotek, zdroj: vlastní zpracování

Týmy






VŠB - TUO bude používat tyto týmy:

CRM Online Název Týmu	Uživatelé
Propagační tým	PR manažeři
Tým spravující přijímací řízení	Pracovníci studijních oddělení

Tabulka 4.4 Rozdělení uživatelů do pracovních týmů, zdroj: vlastní zpracování

Metriky cílů

VŠB - TUO bude používat následující metriky cílů:

<input type="checkbox"/>	Název ▲	Stav	Typ metriky	Datový typ množství
<input type="checkbox"/>	 Množství dotazů	Aktivní	Množství	Celé číslo
<input type="checkbox"/>	 Množství prostředků vynaložených na kampaně	Aktivní	Množství	Peněžní částka
<input type="checkbox"/>	 Odezva na kampaň	Aktivní	Počet	
<input type="checkbox"/>	 Počet uchazečů	Aktivní	Počet	
<input type="checkbox"/>	 Počet zájemců z kampaní	Aktivní	Počet	

Obrázek 4.7 Základní metriky cílů, zdroj: MS CRM

Detekce duplicit

VŠB - TUO bude používat pro detekci duplicitních záznamů následující pravidla a nastavení:

Nastavení a pravidla pro detekci duplicit

Nastavení vyhledávání duplicit
Vyberte výchozí nastavení vyhledávání duplicit pro organizaci.

Nastavení

Povolit vyhledávání duplicit

☒ **Povolit vyhledávání duplicit:**

Vyhledat duplicity:

☒ Při vytvoření nebo aktualizaci záznamu

☒ Při přechodu klienta Microsoft Dynamics CRM pro aplikaci Outlook z offline do online režimu

☒ Během importu dat

Obrázek 4.8 Nastavení vyhledávání duplicit, zdroj: MS CRM

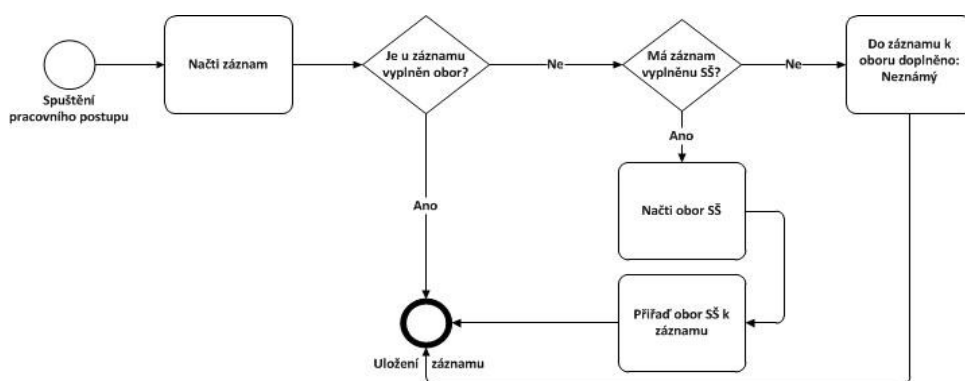
Název pravidla	Základní záznam	Kontrolovaný záznam	Popis pravidla
Střední škola se stejnou e-mailovou adresou	Střední škola	Střední škola	E-mailové adresy 1, 2 nebo 3 se shodují
Kontakty se stejnou e-mailovou adresou	Kontakt	Kontakt	E-mailové adresy 1, 2 nebo 3 se shodují
Zájemci se stejnou e-mailovou adresou	Zájemce	Zájemce	E-mailové adresy 1, 2 nebo 3 se shodují
Zájemce se stejnou e-mailovou adresou jako Střední škola	Zájemce	Střední škola	E-mailové adresy 1, 2 nebo 3 se shodují
Zájemce se stejnou e-mailovou adresou jako kontakt	Zájemce	Kontakt	E-mailové adresy 1, 2 nebo 3 se shodují

Tabulka 4.5 Pravidla detekce duplicit, zdroj: vlastní zpracování

Workflows

VŠB - TUO byly identifikovány následující pracovní postupy. U každého postupu, je uveden požadavek, ze kterého vznikl, diagram a stručný popis.

KO4 Kontaktu je přiřazen obor tak jako má SŠ, na které studuje.



Obrázek 4.9 Workflow: Přiřazení oboru, zdroj: vlastní zpracování

Po spuštění pracovního postupu se načte záznam kontaktu a zjišťuje se, zda má tento záznam vyplněný atribut oboru. Pokud je obor zadán, pro tento záznam pracovní postup končí, jestliže ne zjišťuje se, zda má kontakt vyplněn atribut pro střední školu. Je-li střední škola zadána, načte se obor střední školy a přiřadí se k záznamu kontaktu. Pracovní postup končí uložením záznamu. V opačném případě je kontaktu bez střední školy uloženo do atributu oboru „Neznámý“.

P2 Informování uchazeče o stavu přihlášky a přijímacího řízení.



Obrázek 4.10 Workflow: Informování uchazeče, zdroj: vlastní zpracování

Tento pracovní postup je spouštěn automaticky při změně atributu stav u přihlášky. Pro každý stav je nadefinována e-mailová šablona, která je následně doplněna o informace z příslušné přihlášky a email je odeslán uchazeči.

P5 Kontrola zaplacení poplatku při načtení přihlášky s následnou upomínkou při nezaplacení a při další kontrole vyřazení uchazeče pro nesplnění podmínky, je zaslán dotazník.



Obrázek 4.11 Workflow: Kontrola poplatku, zdroj: vlastní zpracování

Pracovní postup je spouštěn pracovníkem studijního oddělení po importu přihlášky a následně po skončení doby splatnosti poplatku za přijímací řízení zaplacen. Rozlišují se tři stavy poplatek je zaplacen – pracovní postup končí, poplatek je nezaplacen – uchazeči se zašle

upomínka a stav je nastaven na „Zaslaná upomínka” anebo je stav zaslaná upomínka- stav, kdy uplynula lhůta pro zaplacení a uchazeč je vyřazen z přijímacího řízení. Vyřazenému uchazeči je zaslán e-mail s dotazníkem, proč si nakonec nevybral VŠB – TUO.

Z1 Musí být schopen automaticky přesměrovat záznam k některému uživateli podle oblasti zájmu.

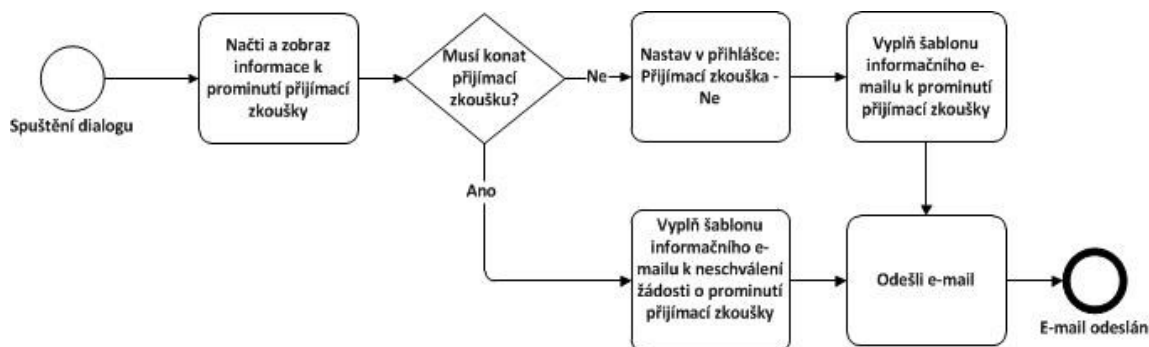


Obrázek 4.12 Workflow: Přesměrování zájemce, zdroj: vlastní zpracování

Zájemci mohou být zadáváni do systému i jinými než příslušnými pracovníky fakult, o které má potenciální uchazeč zájem. Je tedy nutné zájemce roztrždit a přiřadit patřičného PR pracovníka tak aby pro ně byla vždy vytvořena vhodně zacílená propagace. Parametrem pro jejich roztržení jednotlivým zástupcům fakult je atribut oblasti zájmu uchazeče. Pracovní postup načte tento atribut a posoudí, kterému pracovníku tohoto zájemce přiřadí.

Dialog

P4 Rozdělení uchazečů na ty, kteří musí a nemusí konat přijímací zkoušku.



Obrázek 4.13 Dialog: Rozdělení uchazečů, zdroj: vlastní zpracování

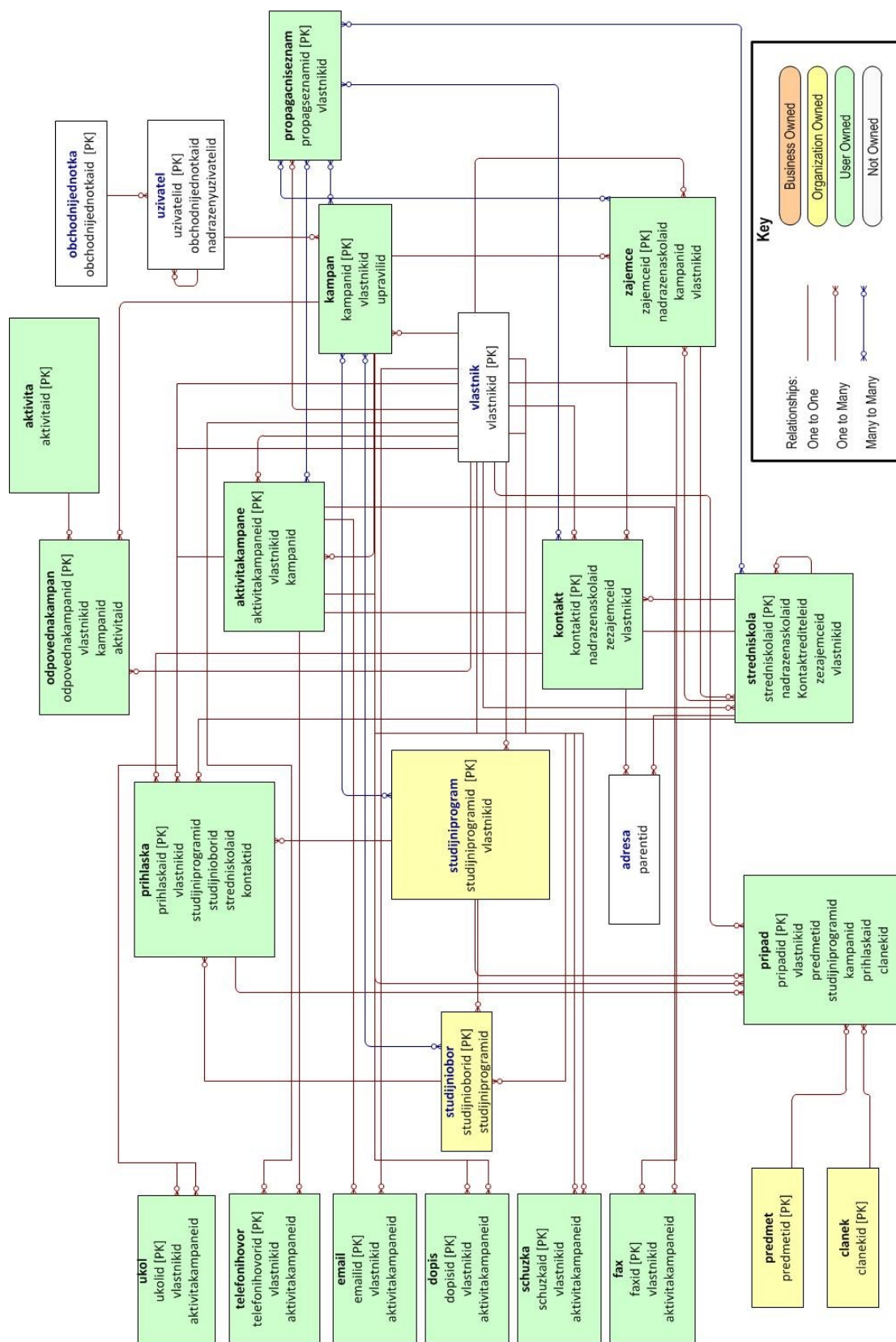
Pracovník studijního oddělení během přijímacího řízení rozhoduje o žádostech pro prominutí přijímací zkoušky. Pro takové uchazeče se pracovníkovi pomocí tohoto dialogu načtou zadané informace k prominutí zkoušky, na jejímž základě pracovník rozhodne, zda uchazeč musí

zkoušku absolvovat. Na základě tohoto rozhodnutí se nastaví atribut pro přijímací zkoušku, vyplní se příslušná šablona vyrozumění k žádosti a odešle se uchazeči.

Konfigurace entit

Nejdůležitější a nejrozsáhlejší částí návrhu konfigurace standartního řešení je konfigurace entit. Tento proces konfigurace představuje vytváření, odstranění a úpravy entit standartního řešení Microsoft Dynamics CRM Online. Konfigurace našeho řešení spočívala vesměs v úpravách některých stávajících entit. Tyto nakonfigurované entity jsou kompletně zdokumentovány v **Příloze 9: Návrh jednotlivých entit řešení – doménové charakteristiky**.

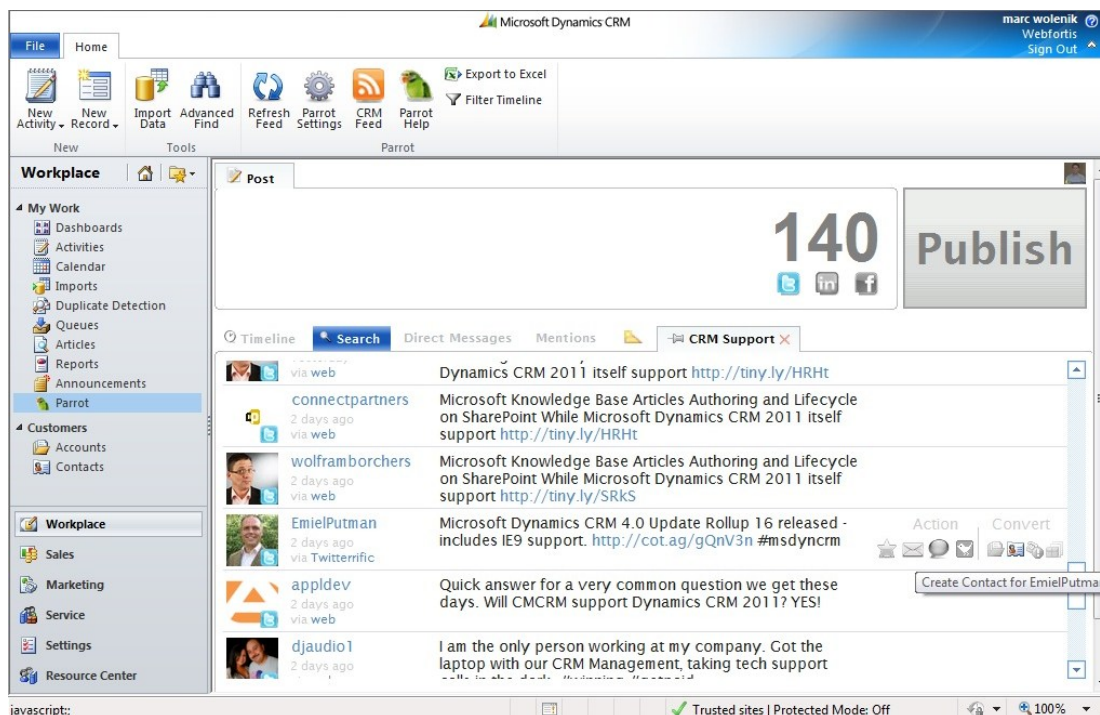
Pro názornější představu zobrazuje obrázek 4.14 vztahy upravovaných entit. Při tvorbě diagramu se vycházelo jako u návrhu úprav ze standartního řešení. Do tohoto diagramu byly zahrnuty, pro přehlednější zobrazení, pouze relace vzniklé na základě typu atributu, který nabývá hodnoty „Vyhledávání“ (viz příloha 9). Jelikož je Microsoft Dynamics CRM Online frameworkovým nástrojem, ke každé entitě jsou automaticky vytvořeny nejen primární klíče, ale také velké množství systémových atributů a vazeb. Tyto atributy a vazby nejsou v této práci popsány.



Obrázek 4.14 ERD upravovaných entit, zdroj: vlastní zpracování

4.2.1.2 ISV řešení

Ke splnění požadavků pokrývajících oblast správy a komunikace prostřednictvím sociální sítě bylo místo vytváření vlastního řešení vybráno řešení **Parrot**.



Obrázek 4.15 Prostředí Parrot, zdroj:www.webfortis.com

Parrot je sociální akcelérátor pro aplikaci Microsoft Dynamics CRM (podporuje lokální i hostované řešení), vytvořený firmou Webfortis. S Parrot lze snadno a rychle vyhledávat, spravovat a vytvářet nabídky svým kontaktům na sociálních sítích přímo z aplikace Microsoft Dynamics CRM. Tímto akcelérátorem jsou podporovány sociální sítě Twitter, Facebook a LinkedIn. Uživatelé CRM systému mohou provádět složité úkoly zákaznických služeb včetně vytváření případů, nových kontaktů, nových potenciálních zákazníků a podpory prodeje z informací získaných prostřednictvím sociální sítě. Lze tak lehce provádět určité workflow, sestavy, analýzy, převody zájemců a přímou komunikaci se zákazníkem přes sociální médium v jedné aplikaci. Pomocí řídicích panelů dovoluje Parrot sledovat efektivitu sociálních médií. Sledovat lze také účinnost jednotlivých kampaní a stanovit tak návratnost vynaložených investic.

Toto řešení pokrývá všechny funkční požadavky kladené na tuto oblast (Z4, KA2, I4 a I5). Splňuje vytváření zájemců a kontaktů z uživatelů této sítě. S těmito uživateli lze přes tyto sítě komunikovat a také spravovat na těchto sítích své vlastní účty.

Po přidání tohoto řešení k řešení standardnímu se vytvoří na pracovní ploše odkaz pro jeho správu (je třeba nastavit informace o účtech) a přehledové zobrazení všech účtů a zpráv na nich. Dále se ke každé střední škole, kontaktu, zájemci přidají informační záznamy o jejich účtech na sociálních sítích. K těmto subjektům je také přidána sekce Parrot, která dovoluje vést a sledovat komunikaci s těmito subjekty na sociálních sítích.

4.2.2 Gaps

Tato část návrhu se zabývá požadavky, které nepokrývá standardní ale ani ISV řešení a tudíž je bude třeba zajistit vývojem vlastního kódu. I v této fázi spolupracuje aplikační konzultant s klíčovými uživateli a vytvářejí dokumentaci, která zajistí, že výsledný kód bude naplňovat požadavky.

Následující požadavky, které byly ve Fit Gap analýze označeny jako vlastní nastavení, lze rozdělit podle typu uživatele, který s nimi bude pracovat, do dvou skupin:

Správa přihlášek

I1 Zavedení přihlášky z IS EDISON do Microsoft Dynamics CRM

I2 Výsledky přijímacího řízení z IS EDISON do Microsoft Dynamics CRM

I3 Zaznamenání přijetí z Microsoft Dynamics CRM do IS EDISON

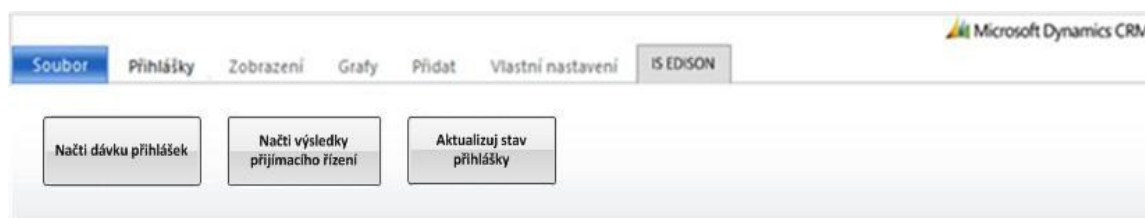
Správa studijních programů

SS7 Aktualizace informací o studijních programech

4.2.2.1 Správa přihlášek

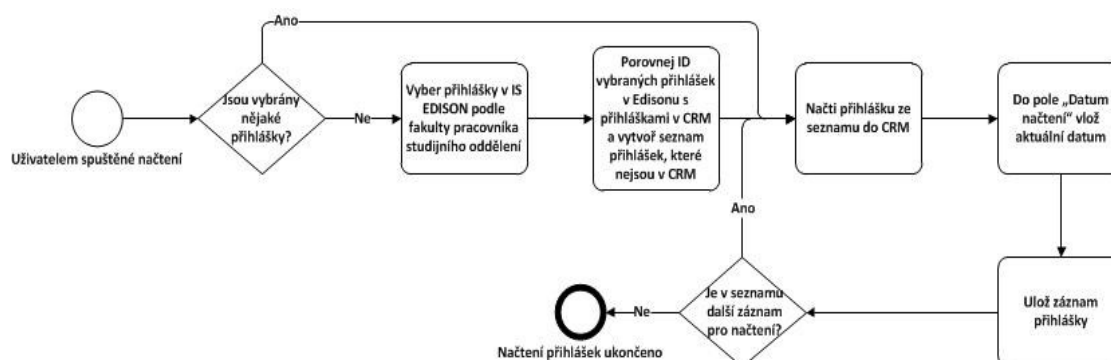
Jedná se o integrační požadavky, které představují propojení Microsoft CRM s IS EDISON. Správu přihlášek bude využívat pouze pracovník studijního oddělení k těmto úkolům: načtení přihlášky, výsledků přijímacího řízení a aktualizace stavu přihlášky. Pro tyto požadavky byl vytvořen návrh úpravy Ribbon¹⁰ lišty (na obrázku 4.16). Pomocí těchto tlačítek bude pracovník studijního oddělení pracovat s daty z IS EDISON. Pro správné pochopení návrhu programátorem během vývoje kódu byly pro každé tlačítko vytvořeny diagramy s popisem chování.

¹⁰Ribbon je Microsoftem patentovaný ovládací prvek uživatelského rozhraní operačního systému Windows.



Obrázek 4.16 Návrh Ribbon lišty pro správu přihlášek, zdroj: vlastní zpracování

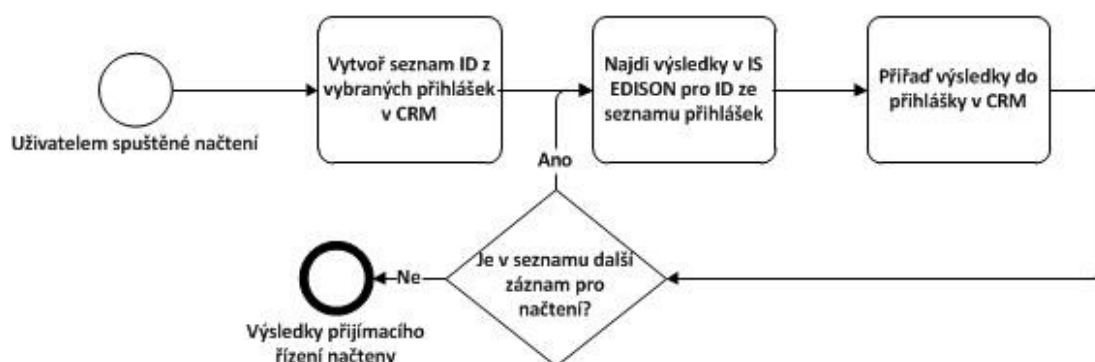
Načti dávku přihlášek



Obrázek 4.17 Diagram načtení přihlášek, zdroj: vlastní zpracování

Načítání přihlášek se provádí pomocí dávek. Při každém spuštění se načtou jen ty přihlášky, které doposud do CRM nebyly načteny nebo se načtou znovu ty, které uživatel označil pro aktualizaci. Načítání přihlášek do CRM systému probíhá cyklicky a při načtení přihlášky je v poli "Datum načtení" aktualizován datum a čas.

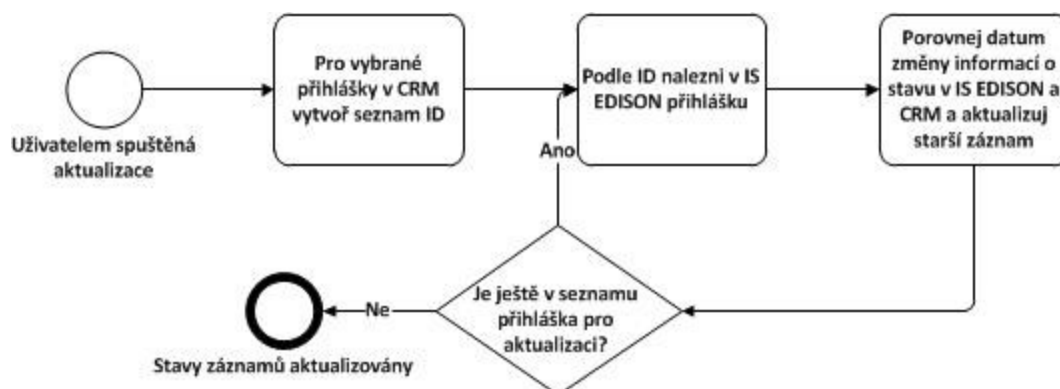
Načti výsledky přijímacího řízení



Obrázek 4.18 Diagram načtení výsledků přijímací zkoušky, zdroj: vlastní zpracování

Jak je uvedeno na diagramu (Obrázek 4.18) vytvoří se seznam s ID přihlášek, podle kterého se pak pro jednotlivé přihlášky načítají z IS EDISON a přiřazují v CRM výsledky přijímacích zkoušek.

Aktualizuj stav přihlášky

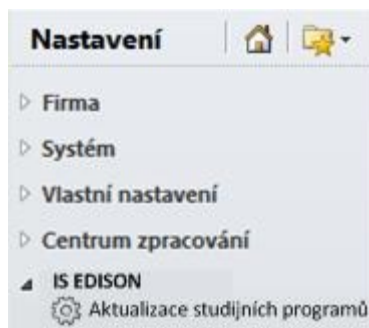


Obrázek 4.19 Diagram aktualizace stavu přihlášky, zdroj: vlastní zpracování

Aktualizace stavu přihlášky je prováděna obousměrně pro celou sekci stavu přihlášky (Sekce informací o stavu přihlášky). Jedná se o pole Stav přihlášky, Zaplacení poplatku, Přijímací zkouška, Informace o prominutí PZ a Počet bodů. Zde se vždy porovnává, na které straně je záznam starší, ten je pak přepsán záznamem novějším.

4.2.2.2 Správa studijních programů

Jedná se o integrační prvek mezi Microsoft Dynamics CRM Online a systémem EDISON, který bude obsluhovat správce systému. Ovládací prvek ke spuštění aktualizace studijních programů



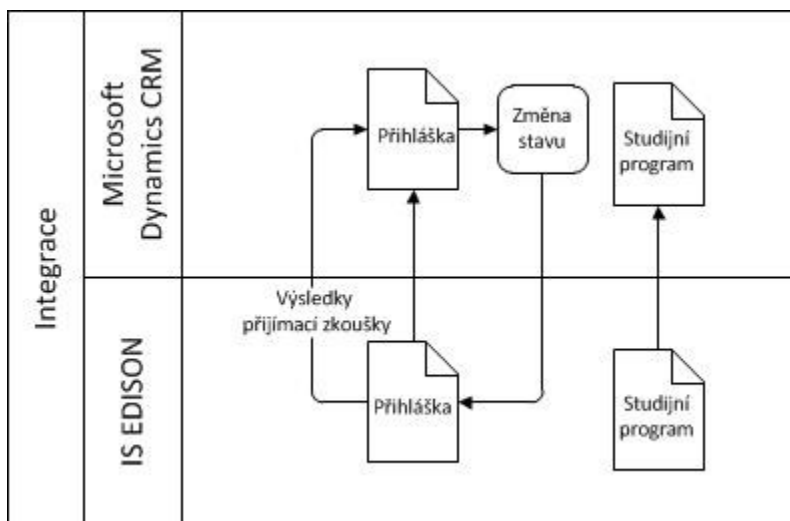
Obrázek 4.20 Návrh správy studijních programů, zdroj: vlastní zpracování

bude umístěn v nastavení systému, viz obrázek 4.20. Stejně, jako u Správy přihlášek (4.2.2.1), byl vytvořen pro lepší pochopení programátora diagram s popisem.

bude muset dojít na straně IS EDISON k autentizaci uživatele. Uživatel bude muset zadat své uživatelské jméno a heslo, které používá při přihlašování k systému EDISON.

4.3.2 Definice integračního scénáře

Pro lepší představu o komunikaci byl vytvořen procesní diagram - Obrázek 4.22, který zobrazuje jednotlivé datové objekty spolu s toky mezi systémy.



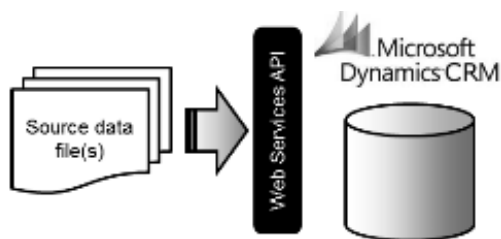
Obrázek 4.22 Proces komunikace mezi systémy, zdroj: vlastní zpracování

Pro integraci s Microsoft Dynamics CRM existuje několik technik a jsou odstupňovány podle četnosti přenosu dat: Migrace dat, Integrace skrze aplikační/prezentační vrstvu, Dávková integrace a Integrace v reálném nebo téměř reálném čase. V našem řešení budou aplikovány techniky migrace dat a dávkové integrace.

Migrace dat

Tato technika bude využita pro import středních škol do CRM systému. Microsoft Dynamics poskytuje pro takovéto jednorázové načtení dat výkonné API tak jako Import Data Wizard, které mohou využívat při načítání dat ETL¹² operací. V našem případě se bude jednat o načtení souboru Excel, ve kterém jsou kontakty na střední školy uloženy pomocí šablony Import Data Wizardu, proto se již dále touto technikou nebudeme zabývat.

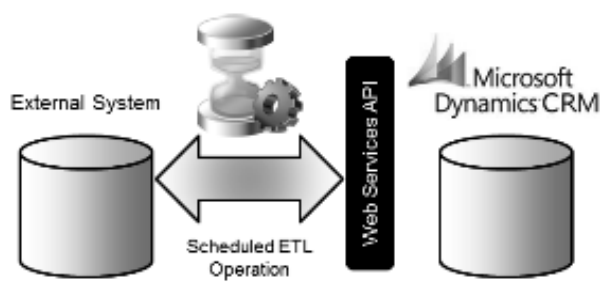
¹² ETL - Extract Transform and Load, tyto operace zajišťují přenos dat z jednoho systému do druhého.



Obrázek 4.23 Migrace dat, zdroj: (Wittemann, a další, 2011 str. 674)

Dávková integrace

Dávková integrace znamená, jsou-li ETL procesy automatizovány a spouštěny uživatelem nebo podle plánu. Integrace může zahrnovat vytvoření, změnu nebo smazání záznamu v jednom směru (z IS EDISON do Dynamics CRM nebo naopak), ale i v obou směrech. I tato technika vyžaduje podobné kroky jako migrace dat (automatizaci čištění a přípravy dat), ale také vyžaduje, aby zdrojová data byla k dispozici na předvídatelném místě, ve standardním formátu a ve správný čas. Dávková integrace byla vybrána, protože je pro implementaci méně náročná nežli implementace techniky synchronizace dat v reálném čase.

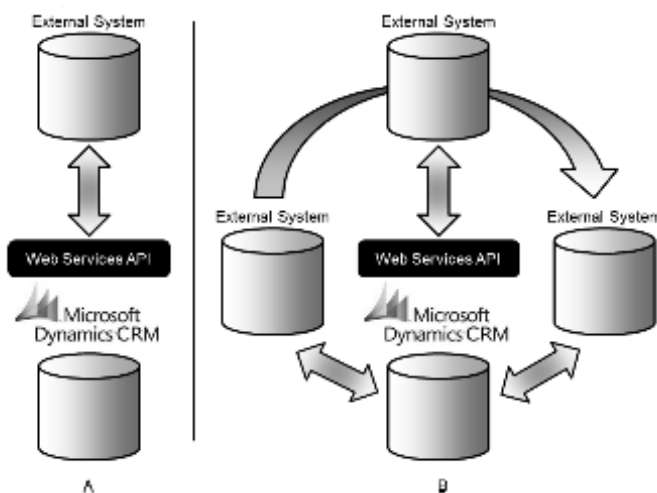


Obrázek 4.24 Dávková integrace, zdroj: (Wittemann, a další, 2011 str. 676)

V závislosti na požadavcích zákazníka je také potřeba určit integrační model. Model je vybírán ze tří standardních modelů: Point-to-point, Data hub model a Enterprise service bus. Jelikož v našem případě se jedná o integraci pouze s jedním systémem, bude použit Point-to-point model.

Point-to-point

Obvykle nejjednodušší integrace, jedná se o integraci pouze dvou systémů (Obrázek 4.25 A). Tato metoda je nejrychleji implementovatelným integračním modelem, avšak u složitých systémů může vzniknout vícenásobnou kombinací tohoto modelu rozsáhlé řešení (Obrázek 4.25 B).



Obrázek 4.25 Použití Point-to-point, zdroj: (Wittemann, a další, 2011 str. 678)

4.3.3 Výběr nástroje pro integraci

4.3.3.1 Výběr architektury

„Microsoft Dynamics CRM 2011 poskytuje základní architekturu potřebnou pro vývoj škálovatelného a zabezpečeného přenosu dat a služeb při integraci s externími systémy, zahrnující:

- *Web services and WCF APIs*
- *Messaging and event pipeline*
- *Service Bus plug-in*
- *Platform services*
- *Database views“* (Wittemann, a další, 2011 str. 669)

Jak uvádí Wittemann (2011) nejpoužívanějším prostředkem pro integraci je využití API pro webové služby. Pro integraci našeho CRM systému s IS EDISON byla po konzultaci

s odbornými pracovníky správy IS EDISON tato architektura zvolena také jako nejvhodnější a nejméně náročná na provedení. Webová služba bude zajištěna SOAP¹³ protokolem pro výměnu zpráv mezi systémy. Tyto zprávy jsou založeny na XML a přenos probíhá přes síť hlavně pomocí Hypertext Transfer Protocol (HTTP), případně Simple Mail Transfer Protocol (SMTP). SOAP definuje standard, který umožňuje komunikaci mezi aplikacemi nezávisle na použité platformě a bez použití dodatečných knihoven nebo jiných informací specifických pro určitou platformu.

4.3.3.2 Výběr nástroje

K vybrané technice, modelu i architektuře je zapotřebí zhodnotit a vybrat vhodný nástroj pro vývoj integrace. Wittemann (2011) ve své knize uvádí přehlednou tabulku pro výběr nejvhodnějšího nástroje dle vybraného scénáře.

	Presentation Layer/UI Mashups	Migrations	Scheduled Batch/Real-time Integrations		
			Point-to-point	Hub and spoke	Enterprise Services Bus
Import Data Wizard		✓			
SDK/Custom Code	✓	✓	✓		
Scribe Insight		✓	✓		
Pervasive Data Integrator		✓	✓	✓	
Microsoft BizTalk Server					✓

Tabulka 4.6 Integrovaní nástroje dle scénáře, zdroj: (Wittemann, a další, 2011)

Pro námi navrhovanou integraci vyplývá podle Tabulka 4.6, že pro vybraný model Point-to-point jsou vhodnými nástroji vytvoření vlastního kódu pomocí SDK¹⁴ a nástroje Scribe Insight nebo Pervasive Data Integrator. Z těchto možností bylo na základě konzultace s VŠB – TUO vybráno vlastní kódování pomocí SDK. Microsoft Dynamics CRM SDK poskytuje metody, které nám dovolují použít API webových služeb pro vývoj vlastního integračního řešení. Takto vytvořené propojení CRM systému s IS EDISON bude vytvořeno přímo v souladu s požadavky a okolnostmi integrace.

¹³ SOAP – Simple Object Access Protocol, tvoří základní vrstvu pro komunikaci mezi webovými službami

¹⁴ SDK – software development kit, jsou nástroje pro podporu vývoje aplikací.

4.4 Shrnutí návrhu

Kapitola návrhu systému řešení se zabývá třemi okruhy a to procesním popisem budoucího systému, zpracováním dokumentu funkčního návrhu a návrhem integrace systému. Procesní popis navazuje na analýzu procesů současného stavu zpracovanou ve fázi analýzy a vytváří představu o fungování budoucího CRM systému. Funkční návrh se dle rozdělení podle Fit Gap analýzy skládá ze dvou částí. V první části funkčního návrhu je rozpracován a popsán návrh konfigurace řešení pro požadavky, které vyhovují standartnímu řešení, nebo jsou zajištěny pomocí ISV řešení. Druhá část se věnuje návrhu popisu, který přibližuje programátorům funkční parametry systému, jež budou zajištěny vlastním kódováním. Návrh integrace systému obsahuje přehled jednotlivých možností integrace s Microsoft Dynamics CRM s popisem vybraného modelu, architektury, techniky a nástroje.

5 Závěr

Cílem této práce bylo analyzovat a navrhnout systém podpory přijímacího řízení na vysoké škole. Systém měl vycházet ze vztahového managementu tedy CRM. Záměrem takového systému je zefektivnění komunikační strategie. Účinná komunikace, která je silně spojena s propagací, dokáže na trhu vzdělávacích služeb přinést dostatek kvalitních studentů, zlepšit obraz vysoké školy v podvědomí veřejnosti a také zajistit peněžní prostředky do rozpočtu školy.

Tento systém byl zpracován pro VŠB – TUO na základě současného stavu a požadavků kladených na výsledný systém. Podpora přijímacího řízení představuje v tomto systému jak podporu propagace školy, tak podporu samotného přijímacího řízení. Nechybí zde také systémová část pro podporu správy došlých dotazů jednotlivým pracovníkům. Nedílnou součástí, tak jako u všech systému pro podporu vztahu se zákazníkem, je podpora analytických nástrojů a sestav, které umožňují uživateli mít dokonalý přehled o aktuálním stavu aktivit.

V teoretické části této diplomové práce byla popsána problematika marketingu s návazností na řízení vztahu se zákazníkem. Pro CRM byl kromě jeho samotného popisu, přiblížen pohled na životní cyklus zákazníka spolu s vývojovým trendem v oblasti CRM a to sociálního CRM. Nechybí také náhled na možnost uplatnění CRM na vysokých školách. V dnešní době se k podpoře CRM využívají nejrůznější softwarové systémy, které byly popsány po technické stránce spolu s přehledem některých dostupných systémů. Podrobněji byl popsán systém Microsoft Dynamics CRM, vybraný jako výchozí systém pro praktickou část. Praktická část vychází z použití metodiky, podle které bude analýza a návrh vypadat. Po popisu obecné metodiky následuje představení konkrétní metodiky Sure Step, která je firemní metodikou Microsoftu pro řadu aplikací Dynamics.

Praktická část obsahuje dvě kapitoly představující fáze analýzy a návrhu. V analýze byly zpracovány základní informace o projektu, dle kterého má systém vzniknout. Byl také vypracován projektový plán spolu s analýzou rizik a připravenosti organizace na zavedení nového systému. Ke zmapování současného stavu a požadavků uživatelů na systém bylo využito procesní analýzy. Z této analýzy vyplynul soubor funkčních požadavků na nový systém. Tyto požadavky jsou základním kamenem pro další fáze implementace. Pro rozdělení požadavků na vyhovující/nevyhovující standartnímu řešení Microsoft Dynamics CRM byla provedena Fit Gap analýza. Poslední aktivitou analýzy bylo stanovení požadavků na přenos dat. Fáze návrhu

systému obsahuje procesní popis navrhovaného systému spolu s funkčním návrhem, který vychází z rozdělení požadavků dle Fit Gap analýzy. Pro požadavky vyhovující standartnímu řešení byla navrhnutá konfigurace tohoto řešení tak, aby reflektovalo tyto požadavky. Pro požadavky vyžadující naprogramování byl vypracován podrobný popis jak má výsledná funkcionality vypadat. Návrh obsahuje také navrhnutí technického provedení integrace s informačním systémem VŠB – TUO.

Tato práce se zabývá pouze fázemi analýzy a návrhem projektovaného systému a jako rozšíření práce bych viděl zpracování ostatních fází. Další možnost navázání na tuto práci vidím ve zpracování komunikace následujících stádií životního cyklu studenta na vysoké škole. Navázat tak na mnou zpracovanou komunikaci s potencionálním uchazečem a uchazečem, komunikací se studenty a následně absolventy.

Seznam použité literatury

BISWAS, Supriya. *Relationship Marketing: Text and Cases*. 1. vydání. India : Prentice-Hall of India, 2010. str. 432. ISBN 978-8120339835.

COE, John a John M. COE. *The fundamentals of business to bussines sales and marketing*. 1. vydání. místo neznámé : McGraw-Hill Professional, 2003. str. 208. ISBN 978-0071408790.

COOPER, Ken. *The relational enterprise: moving beyond CRM to maximize all your business relationships*. New York : AMACOM, 2002. str. 296. ISBN 978-0814406694.

CHLEBOVSKÝ, Vít. 2005. *CRM : řízení vztahů se zákazníky*. 1. vydání. Brno : Computer Press, a.s, 2005. str. 190. ISBN 80-251-0798- 1.

KADLEC, Václav. *Agilní programování*. Brno : Computer Press, 2004. str. 278. ISBN 80-251-0342-0.

KALUŽA, Jindřich. *Informační systémy pro strategické řízení*. 1. vydání. Ostrava : VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2010. str. 145. ISBN 978-80-248-2280-8.

KAŠÍK, Milan. Možnosti vztahového marketingu v práci vysokých škol. *AULA*. 2005, roč. 13, č. 2. ISSN 1210-6658.

LEHTINEN, Jarmo R. a Kaj. STORBACK. *Řízení vztahu se zákazníky*. Praha : Grada Publishing spol. s.r.o, 2002. str. 168. ISBN 80-7169-813-X.

MICROSOFT Corporation. *Microsoft Dynamics Sure Step Methodology 4.0 edition*. 2012.

PALETA, Petr. *Co programátory ve škole neučí*. Brno : Computer Press, 2003. str. 337. ISBN 80-251-0073-1.

PAPAZOGLU, Michael. *Web services: Principles and technology*. Essex : Pearson Education, 2008. str. 752. ISBN 978-0321155559.

SYSTEM ONLINE. *System OnLine: Přehled CRM systému*. [Online]. SystemOnline [1. 3. 2012]. Dostupné z: <http://www.systemonline.cz/prehled-informacnich-systemu/crm-systemy/>

RAO, K. Rama Mohana. *Services Marketing*. 2. vydání. India : Pearson Education, 2011. str. 584. ISBN 978-81-317-3225-0.

RESEARCH NUCLEUS. *CRM: Technology Value Matrix 1H11*. [Online]. Research NucleuS [1. 3. 2012]. Dostupné z: <http://www.nextecgroup.com/portals/0/white%20papers/technology%20value%20matrix%201h11%20crm.pdf>.

REYNOLDS, Janice. *A practical guide to CRM: building more profitable customer relationships*. 1. vydání. New York : CMP Books, 2002. str. 250. ISBN 978-1-57820-102-0.

ŘEPA, Václav. *Analýza a návrh informačních systémů*. 1. vydání. Praha : EKOPRESS, s.r.o., 1999. str. 403. ISBN 80-86119-13-0.

SHANKAR, Chandru a Vincent BELLEFROID. *Microsoft Dynamics Sure Step 2010*. Birmingham : Packt Publishing Ltd., 2011. str. 360. ISBN 978-1-849681-10-0.

SNYDER, Mike, STEGER, Jim a Kristie REID. *Working with Microsoft Dynamics CRM 2011*. Washington : Microsoft Press, 2011. str. 624. ISBN 978-0735648128.

CRM PORTÁL. *CRM portál: Sociální CRM*. [Online]. CRM portál [1. 3 2012]. Dostupné z: <http://www.crmportal.cz/redakcni/socialni-crm>.

SVĚTLÍK, Jaroslav. *Marketing - cesta k trhu*. 2.vydání. Zlín : EKKA, 1994. str. 256. ISBN 80-900015-8-0.

VŠB - TUO. 2010.*Bakalářské studium - popis procesu*. [Dokument formátu .pdf] Ostrava : VŠB - TUO, 2010.

WITTEMANN, Matthew a Geoff ABLES.*Microsoft Dynamics CRM 2011 Administration*. Indianapolis : Wiley Publishing, Inc., 2011. str. 778. ISBN 978-0470568149.

Seznam zkratek

CRM –Customer Relationship Management

xRM –extended Relationship Management

SCRM– Social Customer Relationship Management

ERP – Enterprise Resource planning

ETL – Extract, Transform and Load

SOAP –Simple Object Access Protocol

XML – Extensible Markup Language

SaaS – Software as a service

KPI - Key Performance Indicator

ISV - Independent Software Vendor

PR – Public Relation

SO – Studijní Oddělení

VŠB – TUO – Vysoká škola báňská - Technická univerzita Ostrava

IS EDISON – Informační Systém EDISON

API - Application Programming Interface

SDK - Software Development Kit

LOB – Line Of Business

Prohlášení o využití výsledků diplomové práce

Prohlašuji, že

- jsem byl seznámen s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne

.....
jméno a příjmení studenta

Seznam obrázků

Obrázek 2.1 Typy CRM, zdroj: (Cooper, 2002)	13
Obrázek 2.2 Porovnání CRM (Research, 2011).....	Chyba! Záložka není definována.
Obrázek 2.3 Vazby mezi pojmy (Řepa, 1999 str. 24)	21
Obrázek 2.4 Metodika Microsoft Dynamics Sure Step, zdroj: Sure Step	25
Obrázek 3.1 Rozvržení výstupu dle projektového plánu, zdroj: vlastní zpracování	39
Obrázek 3.2 Posouzení organizačních rizik a připravenosti zdroj: vlastní zpracování	40
Obrázek 3.3 Současný stav před přijímacího a přijímacího řízení, zdroj: vlastní zpracování	41
Obrázek 3.4 Rozdělení po fit gap analýze, zdroj: vlastní zpracování	49
Obrázek 4.1 Přehled komponent v návrhu budoucího systému, zdroj: vlastní zpracování	52
Obrázek 4.2 Hlavní diagram podpory přijímacího řízení, zdroj: vlastní zpracování	52
Obrázek 4.3 Kategorie sestav systému, zdroj: MS CRM	54
Obrázek 4.4 Nastavení automatického číslování, zdroj: MS CRM	54
Obrázek 4.5 Nastavení roku v systému, zdroj: MS CRM	55
Obrázek 4.6 Rozdělení VŠB - TUO na obchodní jednotky, zdroj: vlastní zpracování	56
Obrázek 4.7 Základní metriky cílů, zdroj: MS CRM	58
Obrázek 4.8 Nastavení vyhledávání duplicit, zdroj: MS CRM	58
Obrázek 4.9 Workflow: Přiřazení oboru, zdroj: vlastní zpracování	59
Obrázek 4.10 Workflow: Informování uchazeče, zdroj: vlastní zpracování	60
Obrázek 4.11 Workflow: Kontrola poplatku, zdroj: vlastní zpracování	60
Obrázek 4.12 Workflow: Přesměrování zájemce, zdroj: vlastní zpracování	61
Obrázek 4.13 Dialog: Rozdělení uchazečů, zdroj: vlastní zpracování	61
Obrázek 4.14 ERD upravovaných entit, zdroj: vlastní zpracování	63
Obrázek 4.15 Prostředí Parrot, zdroj: www.webfortis.com	64
Obrázek 4.16 Návrh Ribbon lišty pro správu přihlášek, zdroj: vlastní zpracování	66
Obrázek 4.17 Diagram načtení přihlášek, zdroj: vlastní zpracování	66
Obrázek 4.18 Diagram načtení výsledků přijímací zkoušky, zdroj: vlastní zpracování	66
Obrázek 4.19 Diagram aktualizace stavu přihlášky, zdroj: vlastní zpracování	67
Obrázek 4.20 Návrh správy studijních programů, zdroj: vlastní zpracování	67
Obrázek 4.21 Diagram aktualizace studijních programů, zdroj: vlastní zpracování	68
Obrázek 4.22 Proces komunikace mezi systémy, zdroj: vlastní zpracování	69
Obrázek 4.23 Migrace dat, zdroj: (Wittemann, a další, 2011 str. 674)	70
Obrázek 4.24 Dávková integrace, zdroj: (Wittemann, a další, 2011 str. 676)	70
Obrázek 4.25 Použití Point-to-point, zdroj: (Wittemann, a další, 2011 str. 678)	71
Obrázek P5.1 Příprava přijímacího řízení, zdroj: vlastní zpracování	1
Obrázek P5.2 Tvorba informací o studiu, zdroj: vlastní zpracování	3
Obrázek P5.3 Poskytnutí informací o studiu, zdroj: vlastní zpracování	4
Obrázek P5.4 Přijímací řízení, zdroj: vlastní zpracování	5
Obrázek P5.5 Žádost o přezkoumání rozhodnutí, zdroj: vlastní zpracování	8
Obrázek P6.6 Před přijímací řízení neboli propagace, zdroj: vlastní zpracování	1

Obrázek P6.7 Plánování a rozpočtování propagace, zdroj: vlastní zpracování	2
Obrázek P6.8 Správa propagačního seznamu, zdroj: vlastní zpracování	3
Obrázek P6.9 Vytvoření kampaně, zdroj: vlastní zpracování	4
Obrázek P6.10 Vytvoření Rychlé kampaně, zdroj: vlastní zpracování	5
Obrázek P6.11 Spuštění a správa kampaně, zdroj: vlastní zpracování	6
Obrázek P6.12 Správa kontaktů, zdroj: vlastní zpracování	7
Obrázek P6.13 Přijímacího řízení jako celek, zdroj: vlastní zpracování	8
Obrázek P6.14 Příprava přijímacího řízení, zdroj: vlastní zpracování	9
Obrázek P6.15 Vlastní přijímací řízení, zdroj: vlastní zpracování	10
Obrázek P6.16 Správa dotazů, zdroj: vlastní zpracování	11
Obrázek P6.17 Přijetí dotazu, zdroj: vlastní zpracování	11
Obrázek P6.18 Zpracování dotazu, zdroj: vlastní zpracování	12
Obrázek P6.19 Sestavy a analýzy, zdroj: vlastní zpracování	13

Seznam tabulek

Tabulka 3.1 Role podle týmu, zdroj: vlastní zpracování	36
Tabulka 3.2 Plánování verzí, zdroj: vlastní zpracování	37
Tabulka 3.3 Rozvržení verze 1, zdroj: vlastní zpracování	38
Tabulka 3.4 Popis procesu, zdroj: vlastní zpracování	42
Tabulka 3.5 Funkční požadavky: Kontakty, zdroj: vlastní zpracování	44
Tabulka 3.6 Funkční požadavky: Střední školy, zdroj: vlastní zpracování	44
Tabulka 3.7 Funkční požadavky: Zájemců, zdroj: vlastní zpracování	45
Tabulka 3.8 Funkční požadavky: Kampaní, zdroj: vlastní zpracování	45
Tabulka 3.9 Funkční požadavky: přijímacího řízení, zdroj: vlastní zpracování	46
Tabulka 3.10 Funkční požadavky: Správy systému, zdroj: vlastní zpracování	47
Tabulka 3.11 Funkční požadavky: Sestavy a analýzy, zdroj: vlastní zpracování	47
Tabulka 3.12 Funkční požadavky: Workflow, zdroj: vlastní zpracování	47
Tabulka 3.13 Funkční požadavky: Konverze dat, zdroj: vlastní zpracování	48
Tabulka 3.14 Funkční požadavky: Integrace, zdroj: vlastní zpracování	48
Tabulka 4.1 Hodnoty pro nastavení automatického číslování, zdroj: vlastní zpracování	55
Tabulka 4.2 Vztahové role, zdroj: vlastní zpracování	56
Tabulka 4.3 Role dle obchodních jednotek, zdroj: vlastní zpracování	57
Tabulka 4.4 Rozdělení uživatelů do pracovních týmů, zdroj: vlastní zpracování	58
Tabulka 4.5 Pravidla detekce duplicit, zdroj: vlastní zpracování	59
Tabulka 4.6 Integrovaní nástroje dle scénáře, zdroj: (Wittemann, a další, 2011)	72
Tabulka P1.1 Výstupy a milníky, zdroj: vlastní zpracování	1
Tabulka P2.2 Role a odpovědnosti poskytovatel, zdroj: vlastní zpracování	1
Tabulka P2.3 Role a odpovědnosti zákazníka, zdroj: vlastní zpracování	2
Tabulka P3.4 Úkoly projektového plánu, zdroj: vlastní zpracování	3
Tabulka P4.5 Souhrnná tabulka rizik a problémů, zdroj: vlastní zpracování	1

Tabulka P7.6 Přehled možností přizpůsobení, zdroj: vlastní zpracování.....	1
--	---

Seznam příloh

Příloha 1: Výstupy a milníky

Příloha 2: Popis rolí a odpovědností

Příloha 3: Seznam úkolů projektového plánu

Příloha 4: Tabulka rizik a problémů

Příloha 5: Podprocesy současného stavu

Příloha 6: Podprocesy budoucího stavu

Příloha 7: Microsoft Dynamics CRM Online obecné systémové požadavky

Příloha 8: Tabulka výsledků Fit Gap analýzy

Příloha 9: Návrh jednotlivých entit řešení – doménové charakteristiky

Příloha 1: Výstupy a milníky

R - Odpovědný, A - zúčastněný, I - Informovaný, C - konzultován

Všechna následující data jsou pouze návrh a musí být provedena podle plánu projektu.

Funkční oblast	Výstup / Milník	Datum	Poskytovatel řešení	VŠB
Analýzy	Ukončení fáze	1. 5. 2012		
	Zakládací listina projektu	6.4-13.4	R, A, C, I	R, A, C, I
	Plán projektu	6.4-20.4	R, A, C, I	R, A, C, I
	Business proces analýza	6.4-20.4	R	C, I
	Funkční požadavky	13.4-30.4	R	C, I
	Požadavky na migraci dat	16.4-20.4	R	C, I
	Fit Gap analýza	24.4-30.4	R	C, I
Návrhu	Ukončení fáze	1. 6. 2012		
	Funkční návrh	2.5-25.5	R	C, I
	Technické provedení	10.5-30.5	R	C, I
	Testovací plán	25.5-30.5	R	C, I
Vývoje	Ukončení fáze	16. 7. 2012		
	Konfigurace a vývoj	1.6-1.7	R,	C, I
	Integrace a rozhraní	10.6-1.7	R	C, I
	Testování	20.6-16.7	R	C, I
	Migrace dat	1.7-16.7	C, I	R,
Nasazení	Ukončení fáze	13. 8. 2012		
	Prováděcí plán	16.7-20.7	R	C, I
	Školení uživatelů	20.7-27.7	R,	C, I
	Provést přejímací testování uživatelů	25.7-5.8	C, I	R,
	Konečná migrace dat	30.7-9.8	C, I	R,
	Uvedení do provozu	13.8	C, I	R,
Provozní	Ukončení fáze	17. 8. 2012		
	Ukončení projektu	13.8-16.8	C, I	R,
	Přechod na podporu	17.8	R,	C, I

Tabulka P1.1 Výstupy a milníky, zdroj: vlastní zpracování

Příloha 2: Popis rolí a odpovědností

Role a odpovědnosti poskytovatele řešení

Role	Odpovědnost
Project Manager	Project Manager je zodpovědný za to, že všechny aspekty projektu jsou plánovány a prováděny způsobem, který povede k dosažení implementačních cílů ve stanovené lhůtě a rozpočtu k vysoké míře spokojenosti zákazníka.
Engagement Manager	V průběhu realizace, Engagement Manager má celkovou odpovědnost za zajištění kvality a včasnosti při poskytování služeb a udržování zdravého vztahu se zákazníkem.
Solution Architect	Solution Architect je ten kdo v první řadě stanoví přístup, který se využije pro realizaci. Solution Architect bude také rovněž pomáhat při určení rozsahu a úprav, které může projekt vyžadovat. Solution Architect by měl mít důkladné znalosti o výrobku jak z funkčního a technického hlediska.
Application Consultant	Aplikační poradce se bude podílet na všech aspektech plnění od analýzy obchodních požadavků zákazníka po konfiguraci aplikace Microsoft Dynamics tak aby vyhovovala potřebám zákazníka. Aplikační poradce komunikuje se zákazníkem na mnoha organizačních úrovních, aby tak získal potřebné znalosti podnikových procesů.
Development Consultant	Development Consultant je zodpovědný za návrh a vývoj úprav do standardní aplikace Microsoft Dynamics.
Technology Consultant	Technologický poradce má za úkol řešit problémy, které se vztahují k provádění dodávky Microsoft Dynamics a souvisejícího software do stávajícího IT prostředí zákazníka.

Tabulka P2.2 Role a odpovědnosti poskytovatel, zdroj: vlastní zpracování

Role a odpovědnosti zákazníka

Role	Odpovědnost
Executive Sponsor	Executive Sponsor je manažer na nejvyšší úrovni, který přijal odpovědnost za výzkum a investice do nového systému a bude podporovat financování a personální obsazení projektu.
Business Decision Maker	Tvůrci obchodních rozhodnutí jsou jednotlivci na úrovni řízení v rámci zákaznickovy organizace odpovědní za konkrétní pohled na organizační proces, který bude mít vliv na realizaci.
Customer Project Manager	Zákazníkův Project Manager je povinen zajistit aby všechny požadavky zákazníka byly plánovány a prováděny způsobem, který bude splňovat cíle pro provádění projektu.
IT Manager	IT manažer je zodpovědný za celé zákaznickovo IT vybavení, zahrnující hardware i software na všech místech, nebo osoby plnící tuto úlohu, které mohou být zodpovědné za tyto technologie.
Organizational Change Manager	Organizace Change Manager je zodpovědný za to, že změna, kterou přinese nový CRM systém, bude představena a sdělena klíčovým účastníkům a uživatelům. Tyto aktivity zahrnují mobilizaci vedení, řízení komunikace a zajištění, aby bylo naplánováno a provedeno školení.
QA Manager	Vedoucí kvality je zodpovědný za řízení a koordinaci systému a integračních testů, zkoušek výkonnosti a za testování přijetí systému uživateli. Tyto aktivity zahrnují zajištění dostupnosti testovaných uživatelů, zkušebních zdrojů a naplánování zkušebních činností.
Key Users	Klíčové uživatelé (nebo předmět odborníci) zastupující funkční oblast nebo oddělení v rámci organizace zákazníka. Tito uživatelé, jsou typicky zkušenějšími uživateli, kteří mají hluboké znalosti podnikových procesů a postupů používaných v jejich funkčních oblastech nebo odděleních.
End Users	Koncoví uživatelé jsou jednotlivci z různých funkčních oblastí nebo oddělení, kteří budou používat nové řešení při vykonávání svých každodenních činností.

Tabulka P2.3 Role a odpovědnosti zákazníka, zdroj: vlastní zpracování

Příloha 3: Seznam úkolů projektového plánu

Kód WBS	Název úkolu	Doba	Zahájení	Dokončení	Předchůdci
1	CRM systém pro podporu přijímání studentů na VŠ	97 dny	6.4. 12	20.8. 12	
1.1	Fáze analýzy	23 dny	6.4. 12	8.5. 12	
1.1.1	Programové řízení	12 dny	6.4. 12	23.4. 12	
1.1.1.1	Projektové řízení	12 dny	6.4. 12	23.4. 12	
1.1.1.1.1	Plán projektu	12 dny	6.4. 12	23.4. 12	
1.1.9	Požadavky a konfigurace	23 dny	6.4. 12	8.5. 12	
1.1.9.1	Shromáždění požadavků	15 dny	6.4. 12	26.4. 12	
1.1.9.1.3	Business proces analýza	9 dny	6.4. 12	18.4. 12	
1.1.9.1.4	Funkční požadavky	10 dny	13.4. 12	26.4. 12	
1.1.9.2	Provedení analýzy přizpůsobení	11 dny	24.4. 12	8.5. 12	
1.1.9.2.2	Fit Gap analýza	11 dny	24.4. 12	8.5. 12	
1.1.9.3	Migrace dat	7 dny	30.4. 12	8.5. 12	
1.1.9.3.5	Shromáždění požadavků na migraci dat	7 dny	30.4. 12	8.5. 12	
1.1.9.3.5.3	Požadavky na migraci dat	7 dny	30.4. 12	8.5. 12	
1.8	Fáze analýzy dokončena	0 dny	8.5. 12	8.5. 12	2
1.9	Fáze návrhu	22 dny	1.5. 12	30.5. 12	
1.9.1	Programové řízení	10 dny	1.5. 12	14.5. 12	
1.9.1.1	Projektové řízení	10 dny	1.5. 12	14.5. 12	
1.9.3	Školení	5 dny	7.5. 12	11.5. 12	
1.9.3.1	Zajistit školení týmu	5 dny	7.5. 12	11.5. 12	
1.9.3.1.1	Školení týmu	5 dny	7.5. 12	11.5. 12	
1.9.7	Požadavky a konfigurace	20 dny	2.5. 12	29.5. 12	
1.9.7.1	Konfigurace a nastavení standartního i ISV řešení	7 dny	2.5. 12	10.5. 12	
1.9.7.1.1	Konfigurace a nastavení dokončení	7 dny	2.5. 12	10.5. 12	
1.9.7.3	Vytvoření návrhu podle funkčních požadavků	13 dny	2.5. 12	18.5. 12	
1.9.7.3.1	FDD-Fits -vytvořená konfigurace	13 dny	2.5. 12	18.5. 12	
1.9.7.5	Vlastní nastavení	16 dny	7.5. 12	28.5. 12	
1.9.7.5.1	Vytvoření změn k přizpůsobení ve funkcionálním návrhu	16 dny	7.5. 12	28.5. 12	
1.9.7.5.1.1	FDD-Gaps - přizpůsobení vytvořeno	16 dny	7.5. 12	28.5. 12	
1.9.7.8	Vytvoření dokumentu technického návrhu	13 dny	11.5. 12	29.5. 12	
1.9.7.8.1	TDD vytvořen	13 dny	11.5. 12	29.5. 12	
1.9.1	Kvalita a testování	18 dny	7.5. 12	30.5. 12	
1.9.1.4	Testování vlastnosti řešení	18 dny	7.5. 12	30.5. 12	

1.9.1.4.3	Testování funkcí	18 dny	7.5. 12	30.5. 12	
1.9.1.4.4	Vytváření skriptů pro testování	8 dny	7.5. 12	16.5. 12	
1.9.2	Integrace a rozhraní	10 dny	3.5. 12	16.5. 12	
1.9.2.1	Návrh integrace	10 dny	21.5. 12	1.6. 12	
1.9.4	Migrace dat	6 dny	14.5. 12	21.5. 12	
1.9.4.1	Začít migraci dat	6 dny	14.5. 12	21.5. 12	
1.9.4.2	Získat podmnožinu dat pro testování	2 dny	18.5. 12	21.5. 12	
1.9.4.2.1	Podmnožina dat pro testování	2 dny	18.5. 12	21.5. 12	
1.6	Návrhová fáze dokončena	0 dny	30.5. 12	30.5. 12	16
1.7	Vývojová fáze	27 dny	4.6. 12	10.7. 12	
1.7.1	Programové řízení	10 dny	4.6. 12	15.6. 12	
1.7.1.1	Projektové řízení	10 dny	4.6. 12	15.6. 12	
1.7.5	Školení	7 dny	27.6. 12	5.7. 12	
1.7.5.1	Vytvořit školení a další dokumentace	7 dny	27.6. 12	5.7. 12	
1.7.5.1.1	Školení a další dokumentace	7 dny	27.6. 12	5.7. 12	
1.7.8	Požadavky a konfigurace	19 dny	4.6. 12	28.6. 12	
1.7.8.1	Úplná systémová konfigurace a nastavení řešení	12 dny	4.6. 12	19.6. 12	
1.7.8.1.1	Nastavení a konfigurace konečného systému	12 dny	4.6. 12	19.6. 12	
1.7.8.4	Vlastní kódování	19 dny	4.6. 12	28.6. 12	
1.7.8.4.1	Vypracování a uzamčení vlastního kódu	19 dny	4.6. 12	28.6. 12	
1.7.8.4.1.1	Uzamčený kód	19 dny	4.6. 12	28.6. 12	
1.7.10	Kvalita a testování	27 dny	4.6. 12	10.7. 12	
1.7.10.1	Provést testování řešení	27 dny	4.6. 12	10.7. 12	
1.7.10.1.1	Testované řešení	27 dny	4.6. 12	10.7. 12	
1.7.13	Infrastruktura	1 den	4.6. 12	4.6. 12	
1.7.13.1	Finalizace výrobní specifikace	1 den	4.6. 12	4.6. 12	
1.7.13.1.1	Výrobní specifikace prostředí	1 den	4.6. 12	4.6. 12	
1.7.16	Integrace a rozhraní	5 dny	11.6. 12	15.6. 12	
1.7.16.1	Vypracovat a uzamknout kód integrace a rozhraní	5 dny	11.6. 12	15.6. 12	
1.7.16.1.1	Uzamčení kódu	5 dny	11.6. 12	15.6. 12	
1.7.19	Migrace dat	10 dny	19.6. 12	2.7. 12	
1.7.19.1	Vypracovat a uzamknout skripty pro migraci dat	10 dny	19.6. 12	2.7. 12	
1.7.19.1.1	Uzamčený kód	10 dny	19.6. 12	2.7. 12	
1.24	Fáze vývoje dokončena	0 dny	10.7. 12	10.7. 12	43
1.25	Fáze nasazení	22 dny	13.7. 12	13.8. 12	
1.25.1	Programové řízení	17 dny	13.7. 12	6.8. 12	

1.25.1.1	Projektové řízení	17 dny	13.7. 12	6.8. 12	
1.25.4	Školení	5 dny	20.7. 12	26.7. 12	
1.25.4.1	Zajistit školení uživatelů	5 dny	20.7. 12	26.7. 12	
1.25.4.1.1	Školení uživatelů	5 dny	20.7. 12	26.7. 12	
1.25.8	Požadavky a konfigurace	1 den	13.8. 12	13.8. 12	
1.25.8.1	Uvedení do provozu	1 den	13.8. 12	13.8. 12	72;78;83
1.25.8.1.1	Uvedení do provozu	1 den	13.8. 12	13.8. 12	
1.25.11	Kvalita a testování	12 dny	19.7. 12	5.8. 12	
1.25.11.1	Provést přejímací testování uživatele	12 dny	19.7. 12	5.8. 12	
1.25.11.1.1	Výsledky přejímacího testování uživatele	12 dny	19.7. 12	5.8. 12	
1.25.14	Infrastruktura	6 dny	23.7. 12	30.7. 12	
1.25.14.1	Vytváření pracovního prostředí	6 dny	23.7. 12	30.7. 12	
1.25.16	Migrace dat	9 dny	30.7. 12	9.8. 12	
1.25.16.1	Konečná migrace dat do PROD	9 dny	30.7. 12	9.8. 12	
1.25.16.1.1	Konečná migrace dat do PROD	9 dny	30.7. 12	9.8. 12	
1.42	Fáze nasazení dokončena	0 dny	<i>13.8. 12</i>	<i>13.8. 12</i>	68
1.44	Provozní fáze	4 dny	15.8. 12	20.8. 12	
1.44.12	Programové řízení	2 dny	15.8. 12	16.8. 12	
1.44.12.6	Uzavření projektu	2 dny	15.8. 12	16.8. 12	
1.44.12.6.7	Zpráva k uzavření projektu	1 den	15.8. 12	15.8. 12	
1.44.12.6.8	Přijetí projektu	1 den	16.8. 12	16.8. 12	
1.44.13	Požadavky a konfigurace	1 den	20.8. 12	20.8. 12	
1.44.13.5	Přechod na podporu	1 den	20.8. 12	20.8. 12	
1.44.13.5.4	Zavedení podpory řešení	1 den	20.8. 12	20.8. 12	
1.46	Fáze provozu dokončena	<i>0 dny</i>	<i>20.8. 12</i>	<i>20.8. 12</i>	

Tabulka P3.4 Úkoly projektového plánu, zdroj: vlastní zpracování

Příloha 4: Tabulka rizik a problémů

Kategorie	Počet	Rozsah	Základní (BL)		BL+1		BL+2		Min		Benchmark		Max	
			Skutečně	%	Skutečně	%	Skutečně	%	Skutečně	%	Skutečně	%	Skutečně	%
Připravenost zákaznickovy organizace	15	150	47	31%	99	66%	135	90%	45	30%	105	70%	150	100%
Připravenost projektového týmu	23	230	117	51%	117	51%	117	51%	69	30%	161	70%	230	100%
Procesní faktory	37	370	156	42%	198	54%	198	54%	111	30%	259	70%	370	100%
Projektové faktory	22	220	92	42%	92	42%	92	42%	66	30%	154	70%	220	100%
Procesy vývoje a testování	28	280	191	68%	139	50%	133	48%	84	30%	196	70%	280	100%
Technologie a infrastruktura	29	290	203	70%	203	70%	203	70%	87	30%	203	70%	290	100%
Celkem	154	1540	806	52%	848	55%	878	57%	462	30%	1078	70%	1540	100%

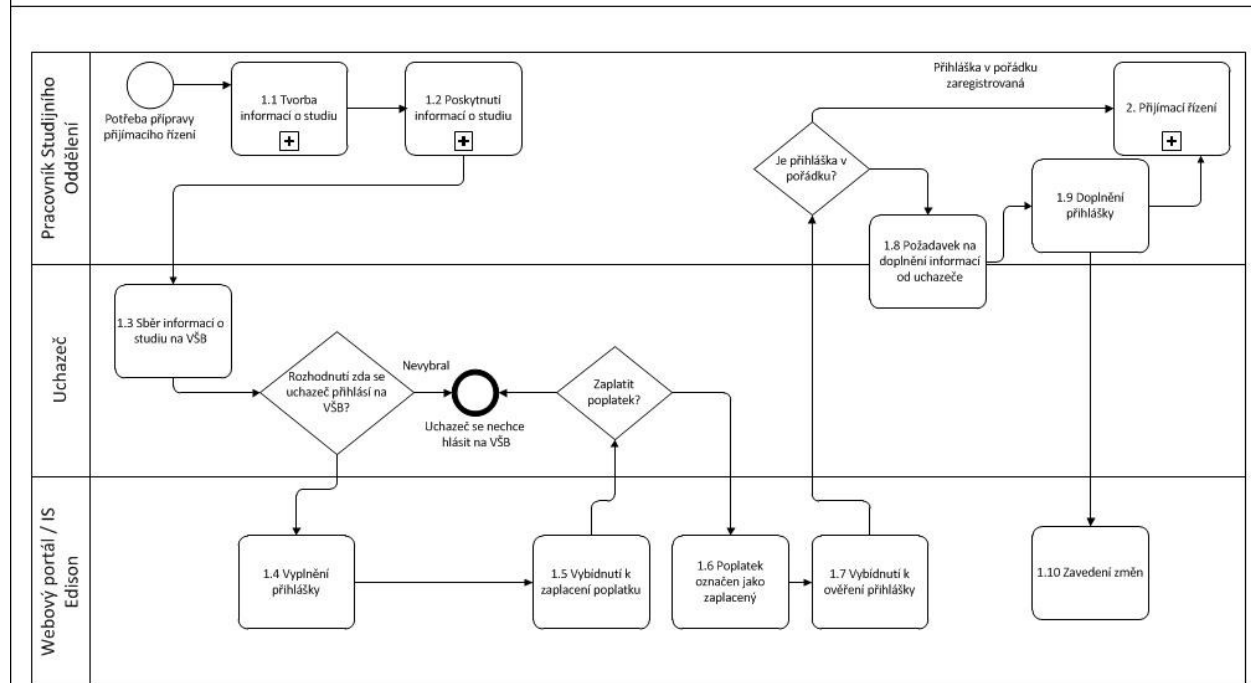
Tabulka P4.5 Souhrnná tabulka rizik a problémů, zdroj: vlastní zpracování

Tato tabulka vznikla zpracováním dotazníku dodávaného metodikou Sure Step pro analýzu rizik a problémů spojených s vývojem Microsoft Dynamics řešení. Pro jednotlivé kategorie je zde sloupec počtu otázek, rozsahu (maximální množství bodů ze všech odpovědí kategorie), skutečné hodnoty (aktuální hodnota zodpovězeného dotazníku) a přepočtení aktuální hodnoty na procenta. Rizika se hodnotí během procesu vícekrát, v tabulce je to znázorněno nadřazenými sloupci BL pro každé měření. Poslední tři nadřazené sloupce obsahují hodnoty (minimální, průměrné a maximální) sloužící k porovnání se skutečnými hodnotami (viz Obrázek 3.2, který je založen na Základním (BL) představující stav rizik na začátku fáze analýzy).

Příloha 5: Podprocesy současného stavu

Současný stav procesních toků na VŠB

1. Příprava přijímacího řízení



Obrázek P5.0.1 Příprava přijímacího řízení, zdroj: vlastní zpracování

1. Příprava přijímacího řízení

1.1 Tvorba informací o studiu

Viz pod proces.

1.2 Poskytnutí informací o studiu

Viz pod proces.

1.3 Sběr informací o studiu na VŠB

Uchazeč strádá informace o VŠB a to jak s propagačních letáků zasílaných na jeho střední školu, z pořádaných návštěv na ní, či z dnu otevřených dveří nebo z webových stránek. Takto nabyté informace mu slouží při rozhodování na kterou VŠ si podá přihlášku.

1.4 Vyplnění přihlášky

A) Uchazeč vyplní přihlášku a podepsanou se všemi přílohami ji osobně odevzdá na studijním oddělení příslušné fakulty/VŠB-TUO.

B) Uchazeč vyplní přihlášku a podepsanou se všemi přílohami ji zašle poštou na adresu fakulty/ VŠB-TUO.

C) Uchazeč vyplní přihlášku v elektronické podobě pomocí IS EDISON. Takto vyplněnou přihlášku musí ve zkrácené verzi vytisknout, podepsat a se všemi přílohami doručit osobně nebo poštou na adresu příslušné fakulty/ VŠB-TUO.

Přílohy přihlášky jsou uvedeny v Pravidlech pro přijímací řízení.

1.5 Vybídnutí k zaplacení poplatku

Podle pokynů uveřejněných na webovém portálu (výše poplatku, číslo účtu, kód banky, variabilní symbol, atd.) uchazeč o studium zaplatí správní poplatek. Doklad o zaplacení nebo údaje nutné pro identifikaci bezhotovostní platby jsou přílohou přihlášky ke studiu.

1.6 Poplatek označen jako zaplacený

Je-li poplatek v pořádku zaplacen je označen jako zaplacen. Pokud uchazeč ve stanoveném termínu neuhradí určenou formou poplatek za úkony spojené s přijímacím řízením, nesplnil základní podmínku pro registraci přihlášky.

1.7 Vybídnutí k ověření přihlášky

a) klasická přihláška - studijní referentka ověří, zda zaslaná přihláška obsahuje všechny náležitosti (vyplnění všech kolonek v přihlášce...). Přihláška je zavedena do IS EDISON, kde je uchazeči přiděleno evidenční číslo.

b) elektronická přihláška – studijní referentka na importuje přihlášku uchazeče ze systému podle čísla přihlášky na zkrácené verzi. Poté je provedena kontrola údajů. V případě nesrovnalostí referentka údaje opraví.

Pokud je přihláška v pořádku, je studijní referentkou v IS EDISON nastaven stav přihlášky na „registrovaná“ a celý pod proces zde končí. V případě formálních nedostatků následuje aktivita 1.8 a v IS EDISON je nastaven stav přihlášky „přijata ke zpracování“.

1.8 Požadavek na doplnění informací od uchazeče

Při výskytu chyby v přihlášce studijní referentka kontaktuje telefonicky, popř. písemně uchazeče o studium (na základě kontaktu uvedeného v přihlášce) a následuje aktivita 1.9. Pokud se nepodaří touto cestou s uchazečem nesrovnalosti odstranit, nelze přihlášku registrovat a v souladu s Řádem přijímacího řízení VŠB-TUO je přihláška uchazeči vrácena k

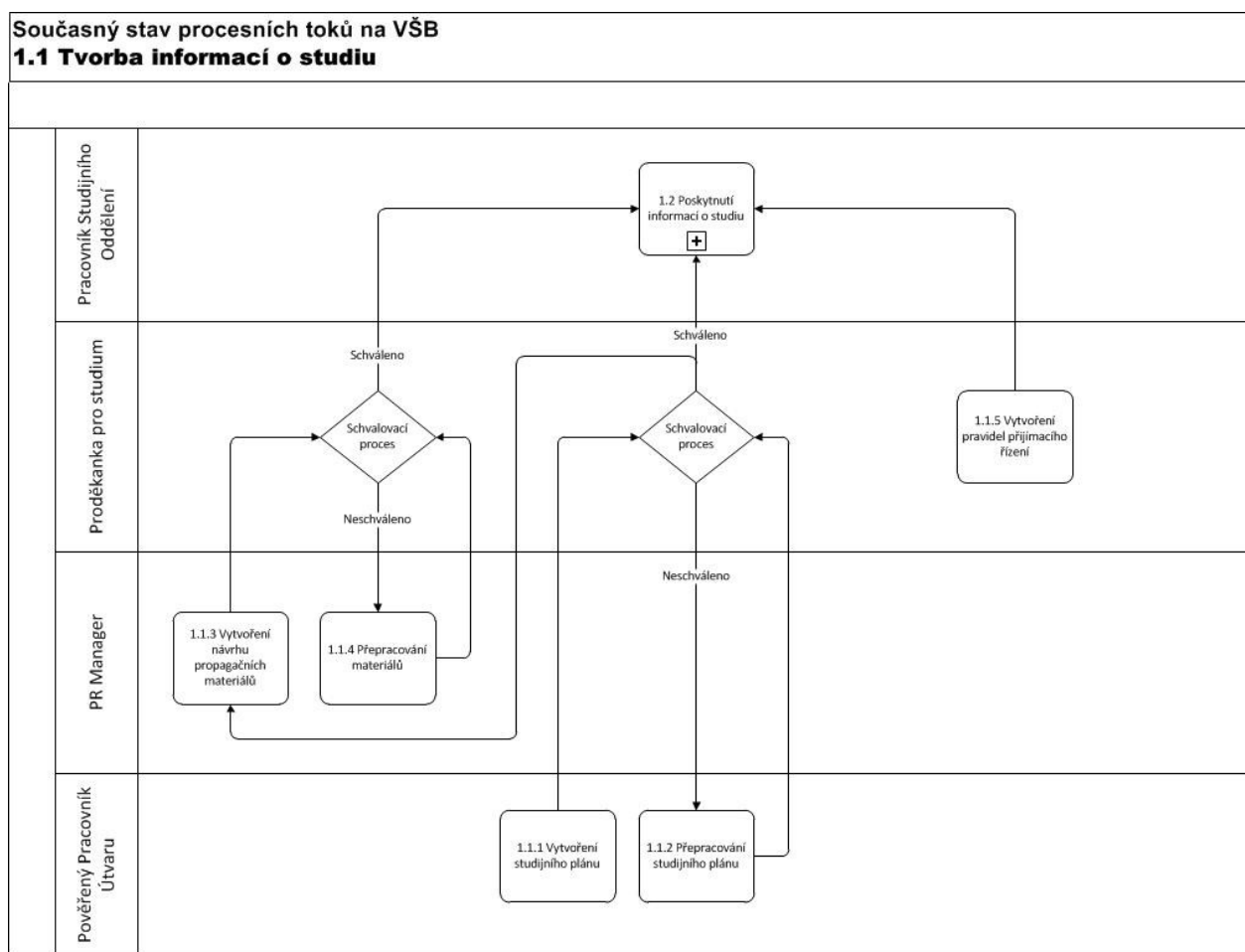
opravě a doplnění. Pokud uchazeč ve stanoveném termínu nedoručí přihlášku s odstraněnými závadami nebo neuhradí ve stanoveném termínu a určenou formou poplatek za úkony spojené s přijímacím řízením, nesplnil základní podmínku pro registraci přihlášky.

1.9 Doplnění přihlášky

Studijní referentka opravuje chyby v přihlášce na základě sdělených údajů od uchazeče o studium

1.10 Zavedení změn

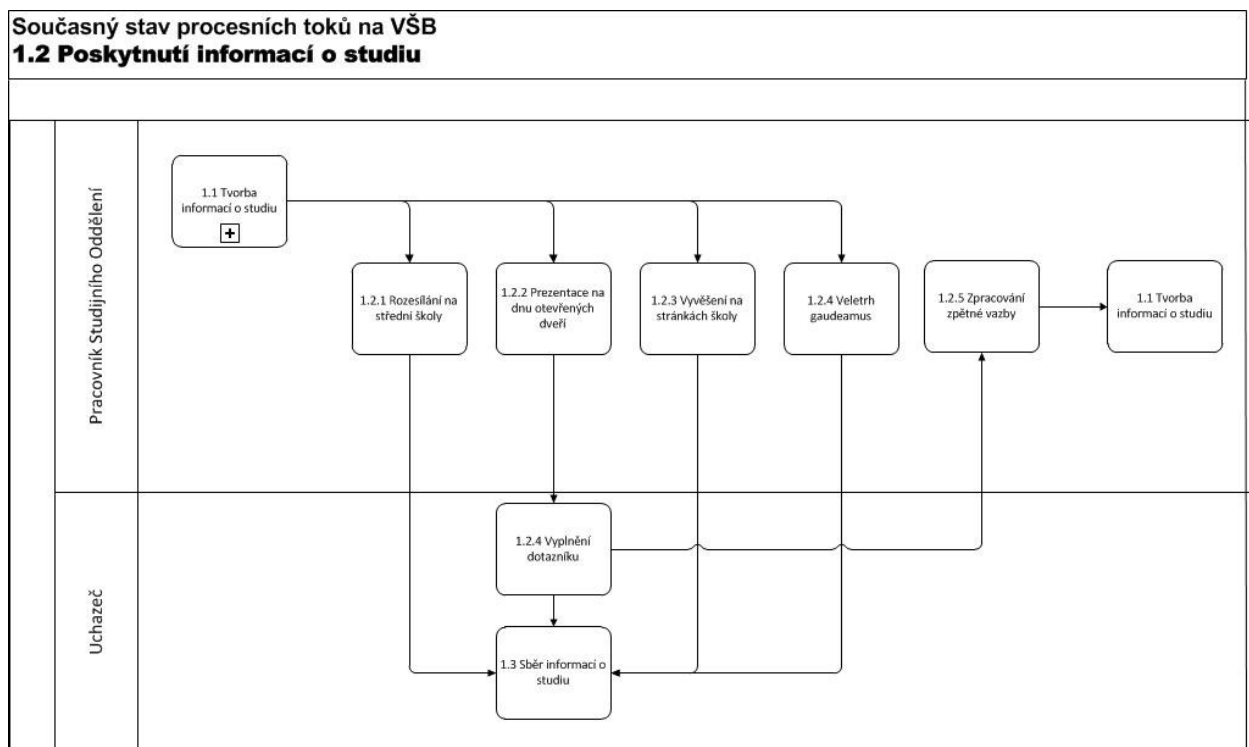
Doplněné informace z přihlášky je třeba také zavést do IS EDISON. Poté již lze provést změnu stavu přihlášky na „registrovaná“.



Obrázek P5.0.2 Tvorba informací o studiu, zdroj: vlastní zpracování

1.1 Tvorba informací o studiu

Na základě informací studijního oddělení (o organizaci studia) a jednotlivých pracovišť (o obsahu oborů) je zpracován materiál jak v tištěné podobě, tak i v elektronické podobě, který je publikován na webovém portálu. Na základě akreditace jsou vytvořeny pro každý akademický rok studijní plány studijních programů. Ve stanoveném termínu musí být také připravena Pravidla pro přijímací řízení, která musí být předložena ke schválení Akademickému senátu a zveřejněna v souladu s VŠ zákonem (na webu fakulty/VŠBTUO).

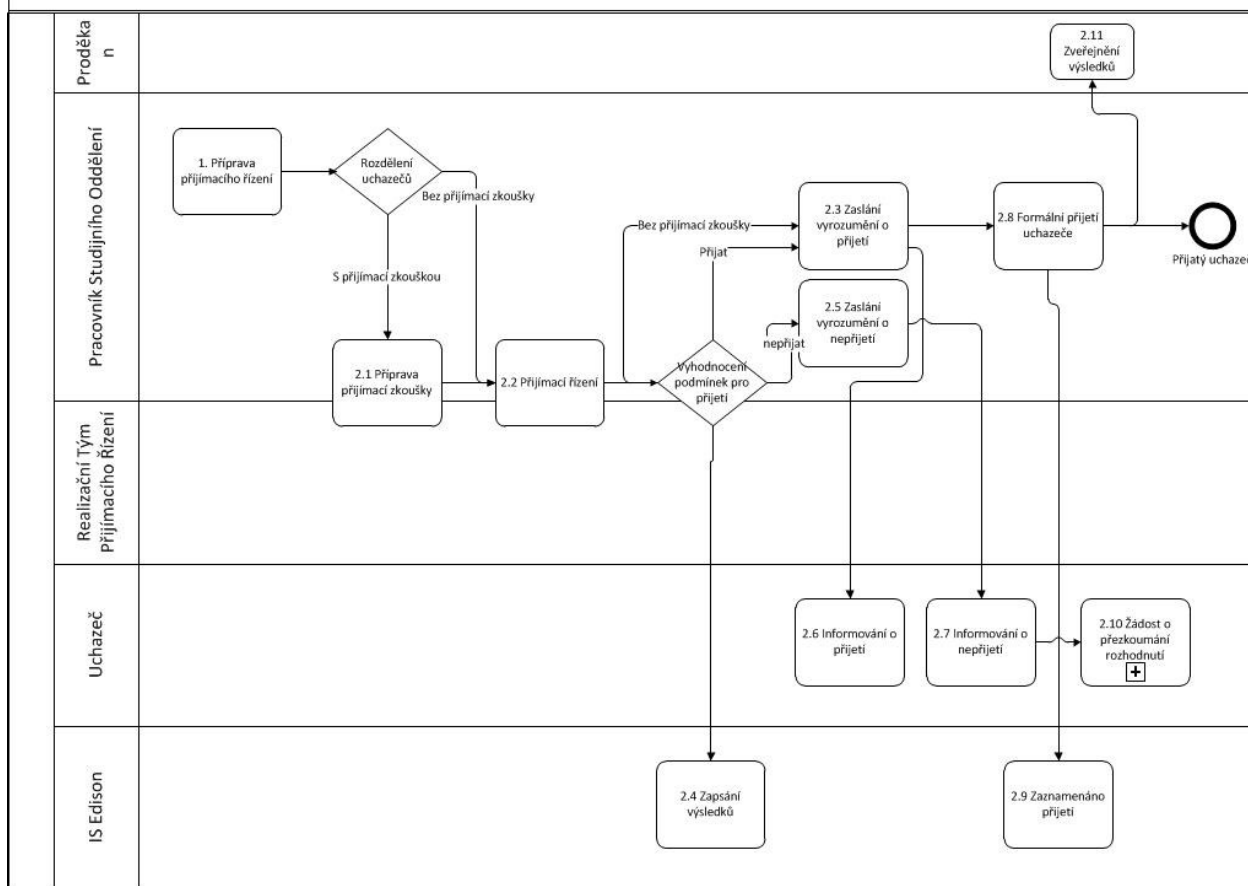


Obrázek P5.0.3 Poskytnutí informací o studiu, zdroj: vlastní zpracování

1.2 Poskytnutí informací zájemcům

Informace o studiu jsou uchazeči poskytnuty na webovém portálu, popř. vlastních stránkách jednotlivých pracovišť. Dále se uchazeč může informovat telefonicky, e-maile na konkrétní věc. Vytvořené propagační materiály se využívají při osobní návštěvě pedagogů na středních školách potenciálních uchazečů. VŠB–TUO i fakulty pořádají celou řadu akcí s účastí studentů středních škol (např. Dny otevřených dveří apod.). Na těchto akcích se rozdávají dotazníky, které slouží jako zpětná vazba pro další tvorbu materiálů.

Současný stav procesních toků na VŠB
2.0 Příjímací řízení



Obrázek P5.0.4 Příjímací řízení, zdroj: vlastní zpracování

2. Příprava přijímacího řízení

Rozdělení uchazečů

Podle předem daných a zveřejněných kritérií pro přijetí ke studiu (např. maturita z matematiky, úspěšná účast na středoškolských olympiádách, studijní průměr na střední škole, maturitní vysvědčení, ...), která stanovuje děkan fakulty (v případě USP pověřený prorektor) v období před podáváním přihlášek na vysokou školu, jsou uchazeči o stadium rozdělení na dvě skupiny. První skupinu tvoří uchazeči, kteří vyhovují stanoveným kritériím a jsou zařazeni do přijímacího řízení bez přijímací zkoušky (přechází na aktivitu 2.2). Druhou skupinu tvoří uchazeči, kteří jsou pozváni k přijímacím zkouškám

2.1 Příprava přijímacích zkoušek

Součástí přijímacího řízení je přijímací zkouška, pokud nebylo vyhlášeno přijímací řízení bez přijímací zkoušky. Termín a forma přijímací zkoušky se specifikací předmětů a požadovaných znalostí jsou uvedeny v Pravidlech pro přijímací řízení fakulty nebo USP.

A) V případě konání přijímacích zkoušek studijní oddělení zajišťuje obeslání uchazečů pozvánkou k přijímacím zkouškám, kde je udán termín a místo konání přijímacích zkoušek. Dále studijní oddělení zajišťuje místnosti na přijímací zkoušky.

B) Pokud jsou přijímací zkoušky realizovány formou národních srovnávacích zkoušek (NSZ) prostřednictvím např. společnosti SCIO, s. r. o., hlásí se každý uchazeč k vykonání testu obecných studijních předpokladů (OSP) individuálně v termínu stanoveném děkanem fakulty

2.2 Přijímací řízení

O přijetí ke studiu ve studijním programu, který uskutečňuje fakulta, rozhoduje děkan, o přijetí ke studiu v univerzitním studijním programu rozhoduje prorektor. Způsob vedení dokumentace o přijímací zkoušce a dalších skutečnostech rozhodných pro přijetí ke studiu rozhoduje pověřený prorektor (u univerzitních studijních programů) nebo děkan.

Vyhodnocení podmínek pro přijetí

A) Děkanem (v případě USP pověřeným prorektorem) pověřený realizační tým odevzdané testy zpracuje a vyhodnotí. Na základě kritérií stanovených děkanem (v případě USP pověřeným prorektorem), je rozhodnuto, zda uchazeč je přijat ke studiu (2.3), či nikoli (2.5).

B) V případě, že uchazeči konali test obecných předpokladů prostřednictvím společnosti SCIO, s.r.o., jsou výsledky národních srovnávacích zkoušek dosažené v testu odeslány děkanovi fakulty a ten na základě stanovených kritérií a kapacitních možností rozhodne, zda je uchazeč přijat ke studiu či nikoli.

2.3 Zaslání vyrozumění o přijetí

Uchazečům, kteří vyhověli podmínkám pro přijetí, je zasláno nebo předáno vyrozumění o přijetí.

2.4 Zapsání výsledků

Veškeré výsledky testů všech uchazečů jsou předány na studijní oddělení, založeny do materiálů jednotlivých uchazečů a nahlášeny do IS EDISON.

2.5 Zaslání vyrozumění o nepřijetí

Uchazečům, kteří nesplnili podmínky pro přijetí, studijní oddělení zasílá vyrozumění o nepřijetí, jeho kopii uloží do materiálů uchazeče. Současně zaznamená tuto skutečnost do přihlášky ke studiu a IS EDISON.

2.6 Informování o přijetí

Uchazeč se dozvídá, že je přijat.

2.7 Informování o nepřijetí

Uchazeč se dozvídá o svém nepřijetí a rozhoduje se, zda podá žádost o přezkum rozhodnutí. (2.10).

2.8 Formální přijetí uchazeče

Přijetí studenta je studijní referentkou zaznamenáno do IS EDISON.

2.9 Zaznamenáno přijetí

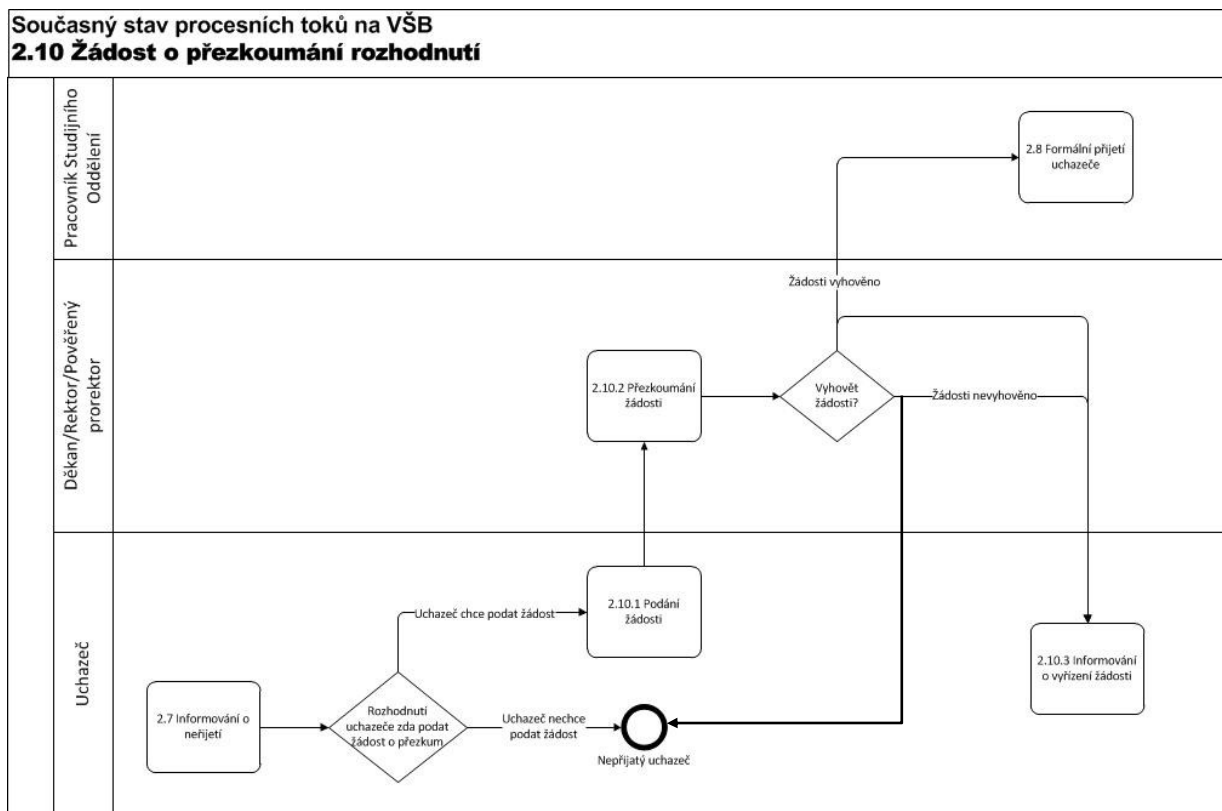
Je součástí formálního přijetí na straně IS EDISON.

2.10 Žádost o přezkoumání rozhodnutí

Viz pod proces.

2.11 Zveřejnění výsledků

Po ukončení přijímacího řízení (všech kol) příslušný proděkan (v případě USP prorektor) zpracuje zprávu o výsledcích přijímacího řízení v souladu s vyhláškou MŠMT a předá ke zveřejnění na úřední desku fakulty (v případě USP školy) a internetové stránky, aby byly k dispozici nejpozději do 15 dnů od ukončení přijímacího řízení.



Obrázek P5.0.5 Žádost o přezkoumání rozhodnutí, zdroj: vlastní zpracování

Rozhodnutí uchazeče zda podat žádost o přezkum

Uchazeč o studium má možnost do 30 dnů podat žádost o přezkoumání rozhodnutí děkanovi (v případě USP pověřenému prorektorovi). Pokud žádost nepodá, vystupuje z procesu. Pokud žádost podá, následuje aktivita 2.10.1

2.10.1 Podání žádosti

Uchazeč sepíše žádost o přezkoumání rozhodnutí o nepřijetí a odešle ji na adresu děkana fakulty (v případě USP pověřeného prorektora) nebo podá osobně na studijním oddělení, kde je žádost označena datem převzetí.

2.10.2 Přezkoumání žádosti

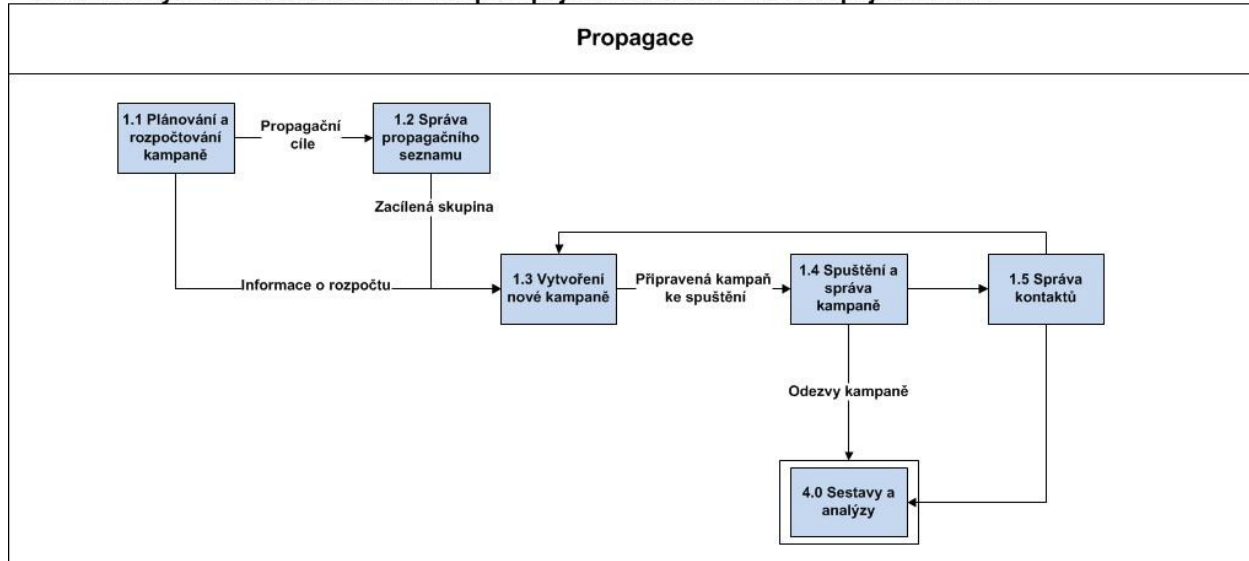
Pokud výsledkem pomocného procesu je vyhovění žádosti, následuje aktivita 2.8. Pokud je výsledkem zamítnutí žádosti, uchazeč vystupuje z procesu.

2.10.3 Informování o vyřízení žádosti

O výsledku přezkumu žádosti je žadatel informován.

Příloha 6: Podprocesy budoucího stavu

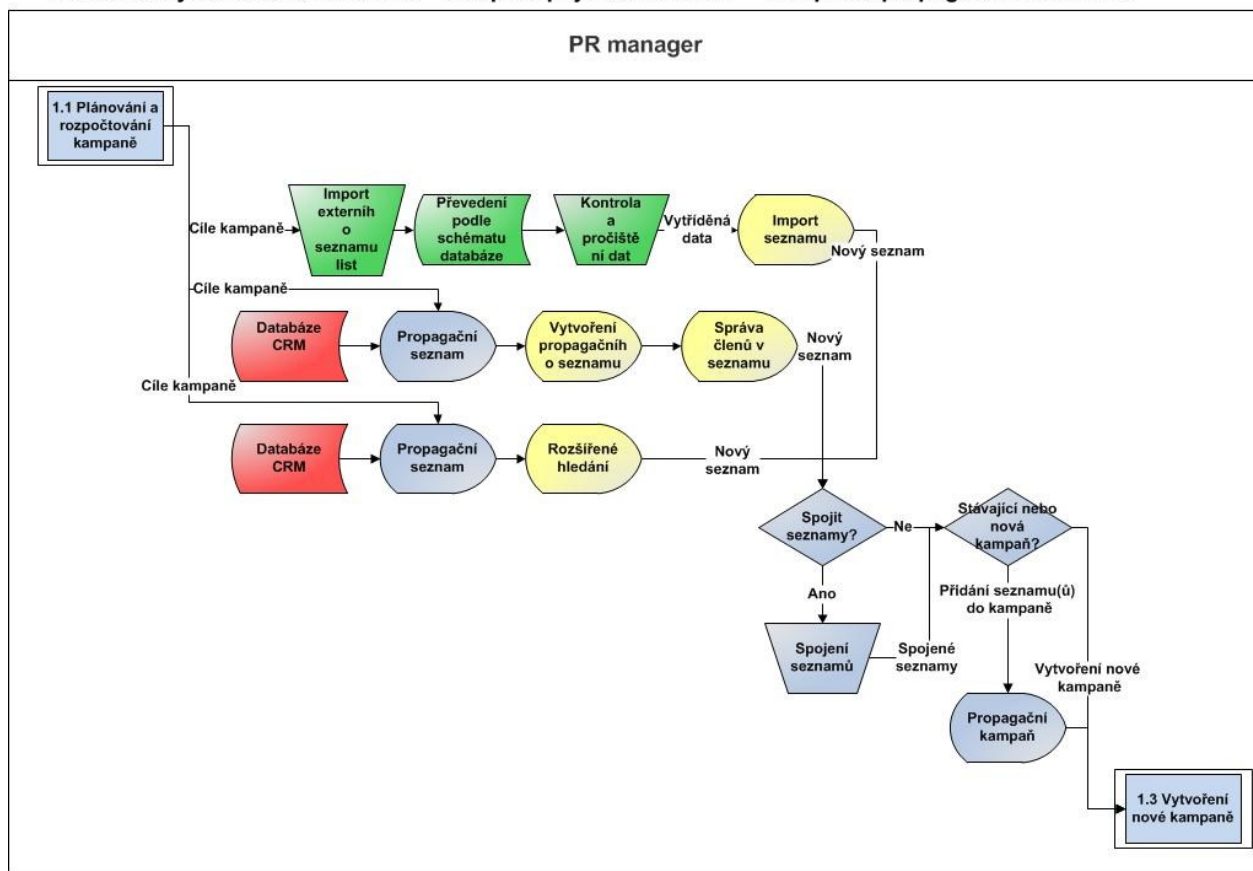
Microsoft Dynamics® CRM Online – Podpora přijímacího řízení – 1.0 Před přijímací řízení



Obrázek P6.0.6 Před přijímací řízení neboli propagace, zdroj: vlastní zpracování

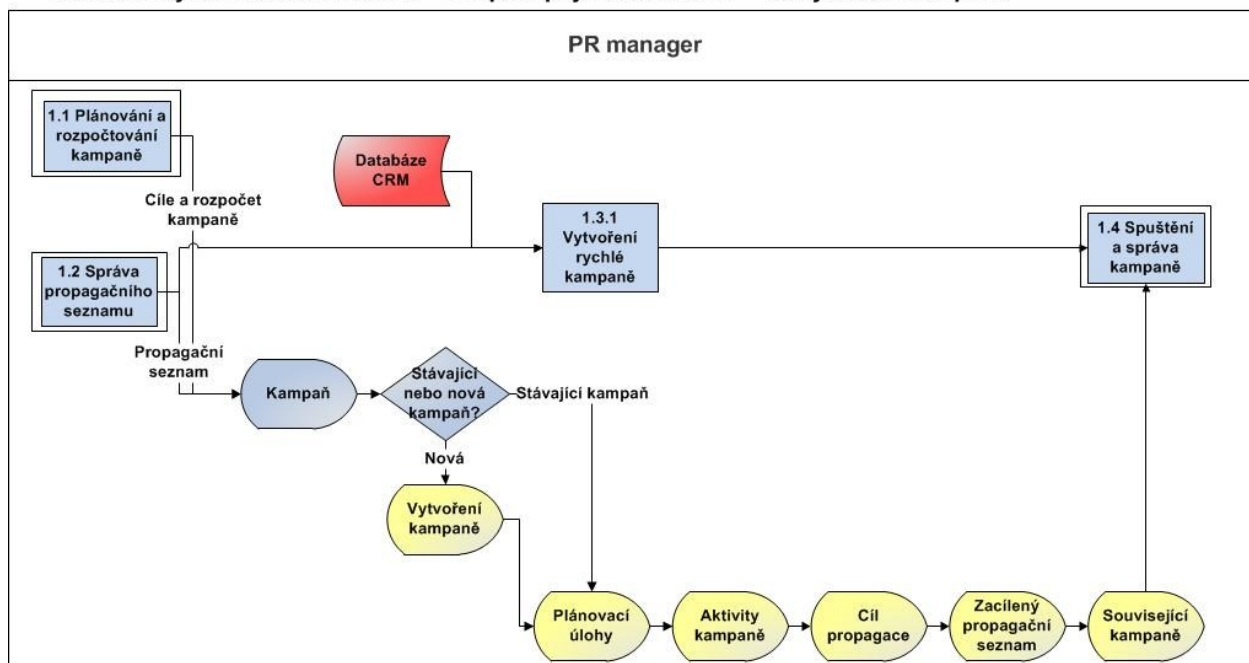
Proces před přijímací řízení je ekvivalent procesu propagace. Jedná se v první řadě o vytváření cílených kampaní, sběru kontaktů z nich a zaměření se na cílového konzumenta propagace. V našem případě je hlavním subjektem přímé komunikace střední škola. Na ni jsou zacílené jednotlivé kampaně a to tak že se klade především důraz na obor střední školy (strojní fakulta nebude propagovat svoje obory na obchodní akademii) a region (VŠB má také velké množství slovenských studentů), ve kterém sídlí. Tyto kampaně budou představovat jak rozesílání propagačních materiálů jednotlivých oborů, nabídek návštěvy střední školy, nabídek návštěvy školáku na VŠ, ale také pozvánky na nejruznější akce (např. den otevřených dveří, veletrh Gaudeamus). Z takovýchto aktivit se pomocí dotazníků a jiných pomůcek sesbírají kontakty (pro tyto účely postačí jméno a email) na studenty střední školy. Ti pak budou do CRM systému zavedeni jako potenciální uchazeči a lze je tak oslovovat pomocí detailnější a cílenější kampaně, která bude mít výrazný vliv na jejich rozhodování při podávání přihlášky. Sběr takovýchto kontaktů na potenciální uchazeče lze rozšířit také o jiné způsoby, jako jsou webové stránky a sociální sítě. Podle odezvy z jednotlivých propagačních kampaní lze rozvíjet další aktivity vedoucí v důsledku k zatraktivnění jednotlivých oborů, fakult a celé školy ve všeobecném podvědomí.

Popisy jednotlivých procesů propagace jsou níže.



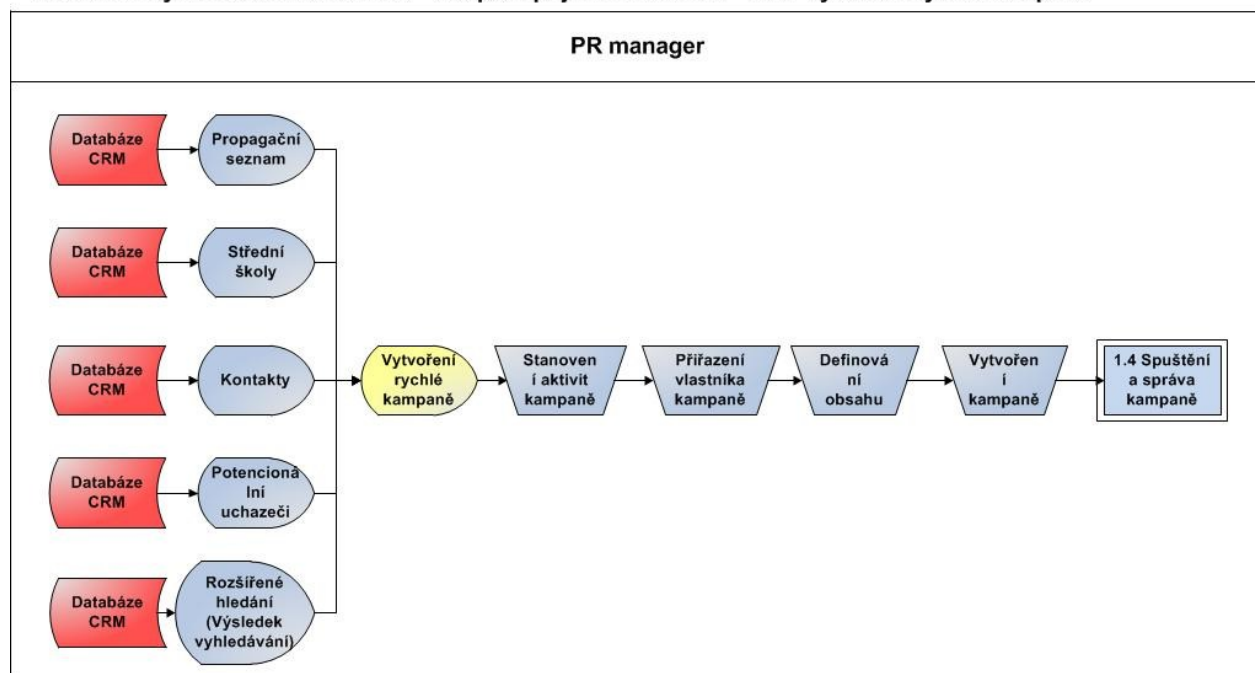
Obrázek P6.0.8 Správa propagačního seznamu, zdroj: vlastní zpracování

Správa propagačního seznamu je procesem vytvoření/změny vytvořeného tohoto seznamu a to v závislosti na naplánovaných cílech kampaně. Propagační seznam lze vytvořit třemi způsoby: z externích zdrojů (takováto data je třeba nejprve naformátovat a protřídit), vytvořit seznam s pomocí již vytvořených propagačních seznamů v databázi CRM a také pomocí rozšířeného hledání v databázi CRM systému. Tyto způsoby lze i kombinovat a spojit výsledné seznamy do jednoho. Takovýto seznam lze přiřadit k již existující kampani nebo pro něj vytvořit kampaň novou (1.3).



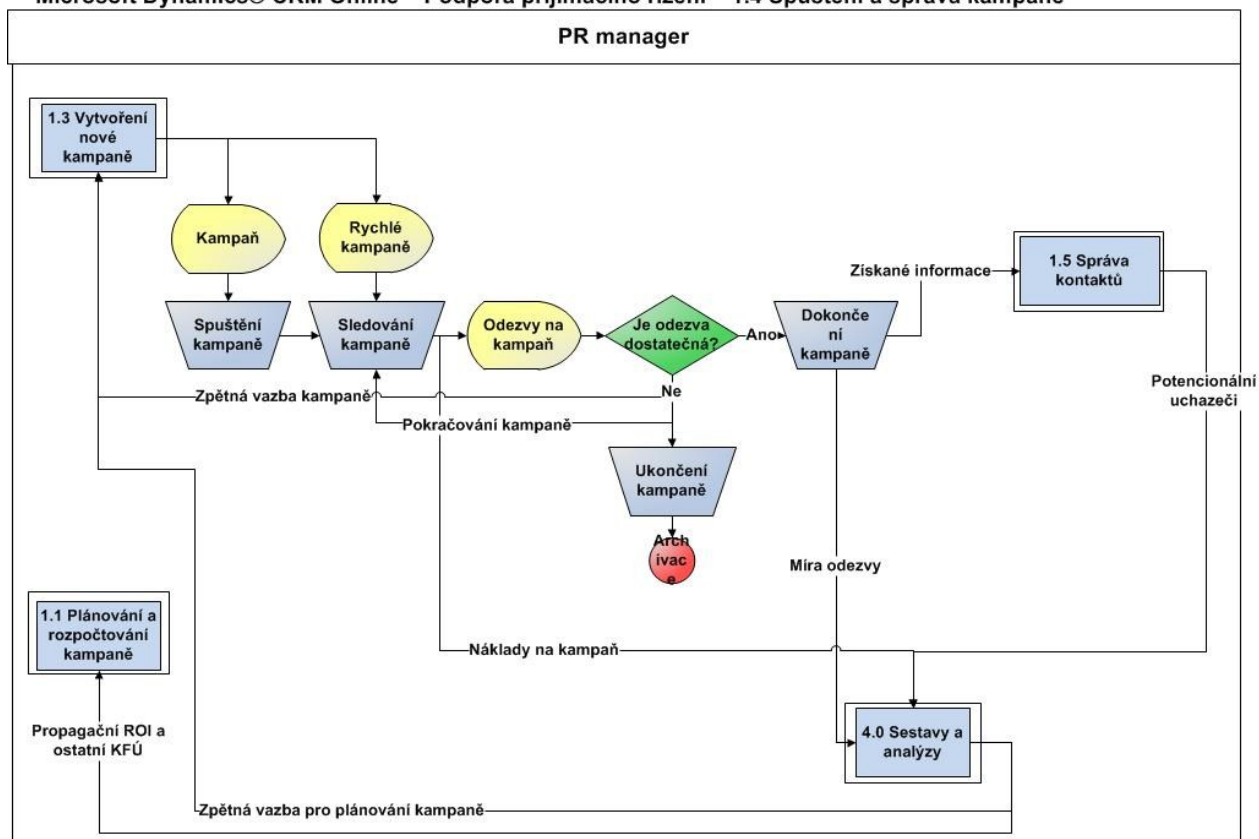
Obrázek P6.0.9 Vytvoření kampaně, zdroj: vlastní zpracování

Samotné vytvoření kampaně závisí na prvotním plánování a tím vzniklých cílů ale také komu je určena (propagační seznam). V CRM systému bude možné vytvořit dva druhy kampaní: standardní kampaň nebo rychlou kampaň (1.3.1). Standardní kampaň PR manager zavádí nejprve kontrolou, zda již nemá kampaň založenou, pokud ne ve formuláři si jí vytvoří. Následně vyplní naplánované úlohy, aktivity kampaně, co bude jejím cílem a přiřadí vybraný propagační seznam. Takto připravenou kampaň lze již spustit (1.4).



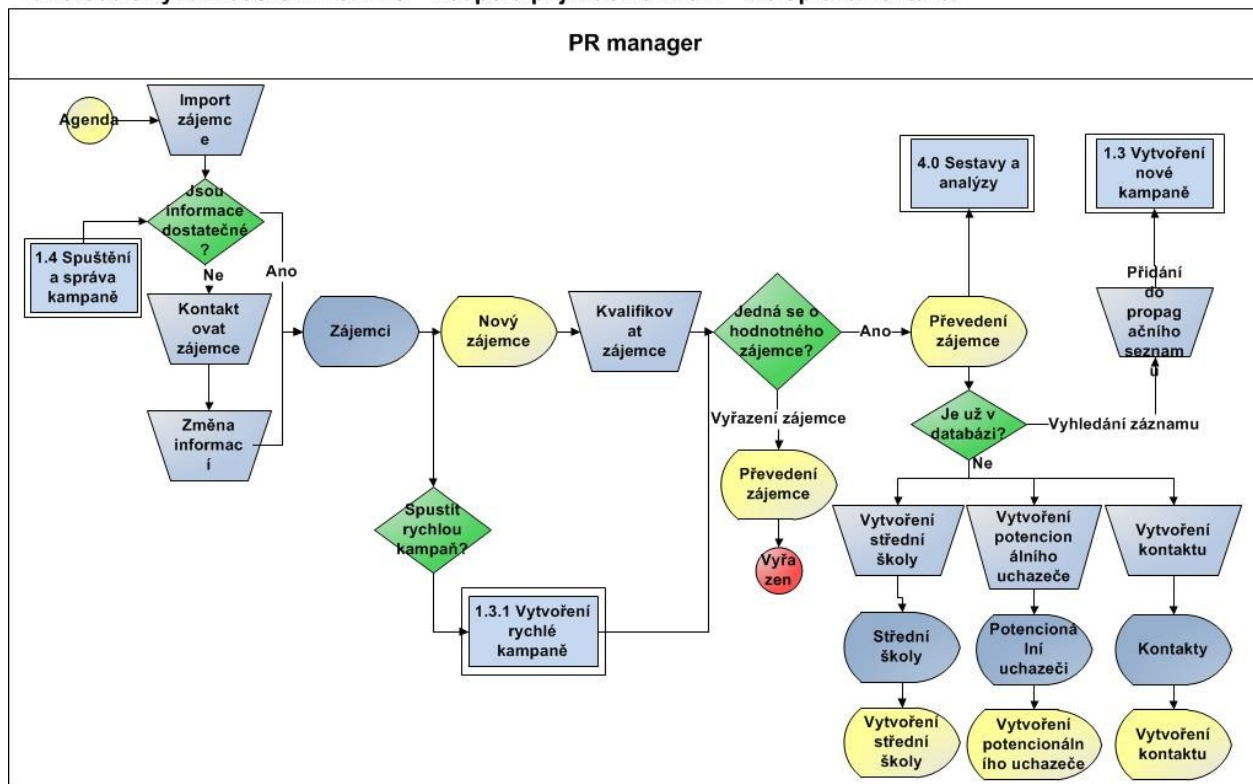
Obrázek P6.0.10 Vytvoření Rychlé kampaně, zdroj: vlastní zpracování

Zjednodušené vytvoření kampaně se nazývá rychlá kampaň. Tato kampaň obsahuje jen jednu aktivitu a slouží především k vygenerování hromadných emailů. PR manager vybere potřebné koncové příjemce a vytvoří rychlou kampaň. Stanoví prováděcí aktivitu (většinou emailová korespondence), přiřadí se za vlastníka této akce a nadefinuje její obsah. Takto vytvořenou kampaň lze již spustit (1.4).



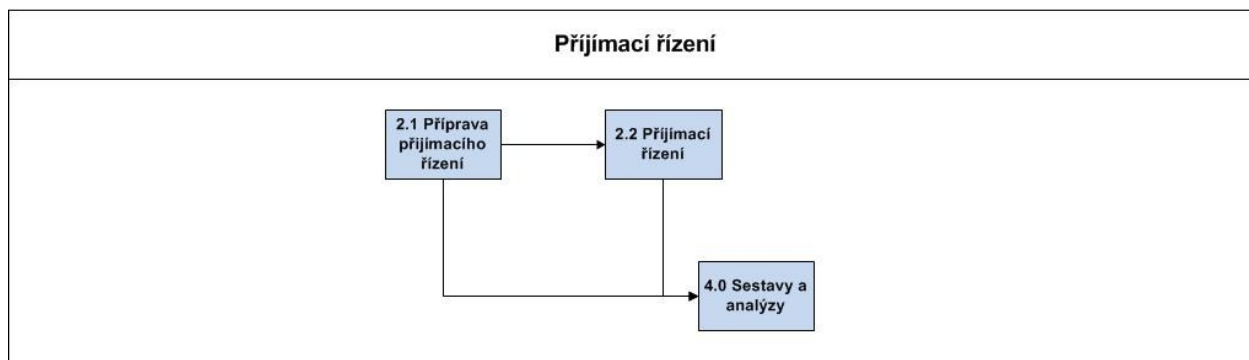
Obrázek P6.0.11 Spuštění a správa kampaně, zdroj: vlastní zpracování

Správně vytvořenou kampaň lze spustit. Spuštění kampaně znamená provedení nadefinovaných postupů a aktivit pro stanovený propagační seznam s následným monitorováním průběhu. Jsou také přijímány a zaznamenávány odezvy oslovených subjektů. PR manager podle této odezvy rozhodne, zda byla kampaň úspěšná a zda byla odezva dostatečná a převede kampaň na dokončenou nebo kampaň nechá pokračovat či ji ukončí. Odezva na kampaň slouží jako zpětná vazba pro další budoucí kampaně, jako podklad k vytvoření sestav. Z dokončené kampaně nám získané informace slouží jako vstup pro správu kontaktů (1.5).



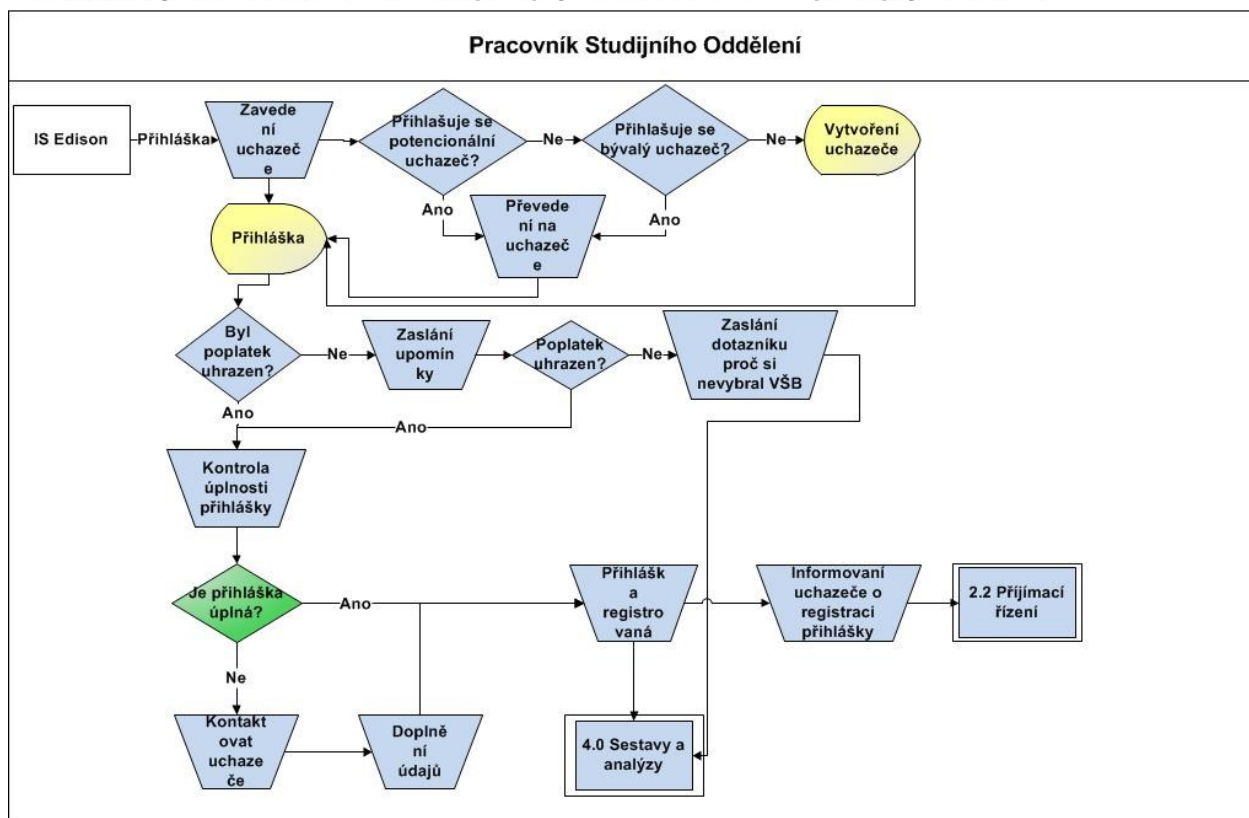
Obrázek P6.0.12 Správa kontaktů, zdroj: vlastní zpracování

Správa kontaktů je proces, který zajišťuje zavedení kontaktu a jeho následné převádění mezi jednotlivými typy. Hlavním zdrojem získaných zájemců o další komunikaci jsou propagační kampaně ale také importy z jednotlivých agend vedených PR managerem (např. seznam SŠ ten je doposud veden pomocí tabulkového souboru). PR manager takto zavedený kontakt posoudí a v případě potřeby kontaktuje zájemce pro doplnění informací. Na nově zavedené zájemce lze v případě potřeby aplikovat rychlou kampaň. Zavedený zájemce je PR managerem zhodnocen a převeden buď jako střední škola, potencionální uchazeč, kontakt nebo je pro nehodnotnost vyřazen. Pokud již existuje zájemce v databázi, jako některý z převáděných typů je přidán do propagačního seznamu vytvořeného jako výstup kampaně. Do tohoto seznamu jsou přidáni i ostatní vytvořené typy ze zájemců.



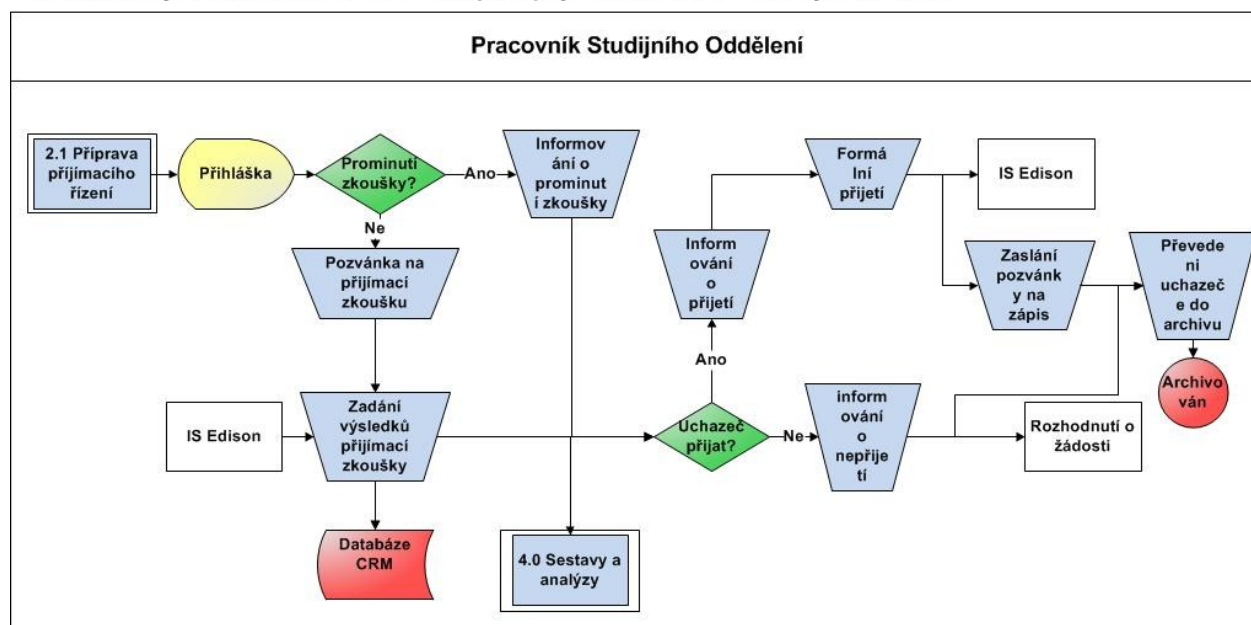
Obrázek P6.0.13 Přijímacího řízení jako celek, zdroj: vlastní zpracování

Přijímací řízení jako celek se skládá ze dvou pod procesů Přípravy přijímacího řízení a samotného Přijímacího řízení. Nechybí ani výstup pro sestavy a analýzy. Modul Přijímací řízení v CRM systému bude sloužit především k zjednodušení práce pracovníku studijních oddělení (PSO) a výraznému snížení nákladů. PSO bude pomocí CRM systému mít možnost efektivně pracovat s jednotlivými přihláškami i s jejich hromadným zpracováním. Ušetří to velké množství papírové práce, kterou jsou (hlavně ve fázi přípravy a vyhodnocení přijímací zkoušky) PSO zavazeni v současnosti. Výhody v nákladech si lze představit v elektronické komunikaci s uchazečem. Lze tak docílit levného a dobrého informování uchazeče o jednotlivých krocích a stavech jeho přijímacího řízení. Navodí to tak v uchazeči cenný dojem že je o něj staráno. Je jasné, že k využití tohoto přístupu (nahrazení dopisu emailem) bude třeba změnit přístup školy k důvěryhodnosti tohoto media, jako spolehlivého nástroje pro doručování důležitých dokumentů. Na straně uchazečů problém s emailovou adresou nastat nemůže, jelikož ji uživatel uvádí již při vytváření přihlášky.



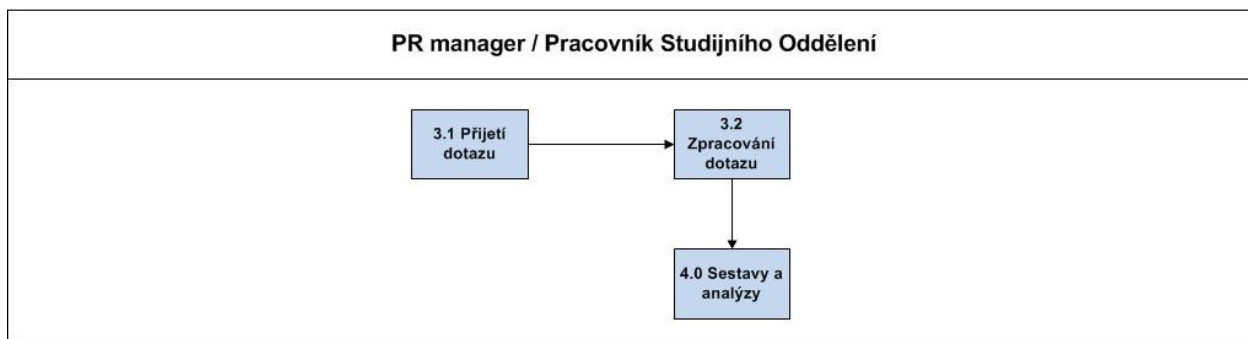
Obrázek P6.0.14 Příprava přijímacího řízení, zdroj: vlastní zpracování

Příprava přijímacího řízení spočívá v načtení přihlášky ze školního informačního systému EDISON, ve kterém jsou data o přihlášce, po jejím vyplnění přes webové stránky uložena. Při zavádění uchazeče do systému se provádí kontrola, zda se jedná o potencionálního uchazeče nebo se hlásí uchazeč, který si podal přihlášku již v minulosti. Pokud splňují jednu s podmínek je tento kontakt převeden na uchazeče, pokud ne je vytvořen nový uchazeč. Proveďte se kontrola, zda byl zaplacen poplatek již před importem, jestliže ne zašle systém uchazeči upomínku. Když není poplatek uhrazen ani k datu konce podávání přihlášek. Odešle systém uchazeči dotazník, proč se nakonec nerozhodl pro VŠB, a odpovědi z tohoto dotazníku budou sloužit pro analýzy. Uhradí-li poplatek do termínu, zkontroluje PSO, zda je přihláška úplná při nesrovnalostech kontaktuje PSO uchazeče, aby doplnil údaje. Je-li přihláška v pořádku, změní se její stav na registrovaná a informuje se o této změně uživatel.



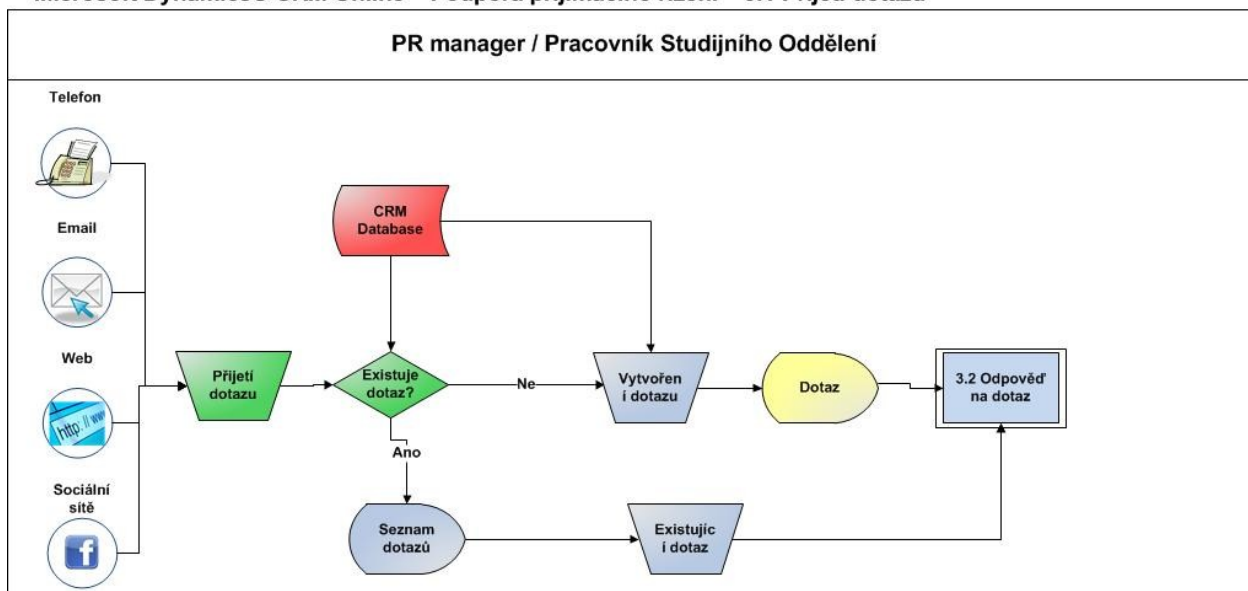
Obrázek P6.0.15 Vlastní přijímací řízení, zdroj: vlastní zpracování

V procesu číslo 2.1 došlo k přijetí a registraci přihlášky tento proces je změřen na samotné aktivity přijetí uchazeče. PSO rozhodne, zda uchazeč splnil požadavky k prominutí přijímací zkoušky. Následně se provede buď informování uchazeče o prominutí přijímací zkoušky, nebo naopak pozvání na přijímací zkoušku. Po průběhu přijímací zkoušky (konané v rámci VŠ i Scio) se provede import jejich výsledků z IS EDISON. PSO rozhoduje, zda je podle pravidel přijímacího řízení a stanovených limitů uchazeč přijat či nikoliv. Následně je o tomto rozhodnutí uchazeč informován. Úspěšný uchazeč je formálně přijat – zadán status do IS EDISON a je mu zasláno pozvání na zápis, takovýto uchazeč je převeden do archivu. Nepřijatý uchazeč má možnost podat žádost o přezkoumání rozhodnutí, zde se postupuje podle současného modelu procesu.



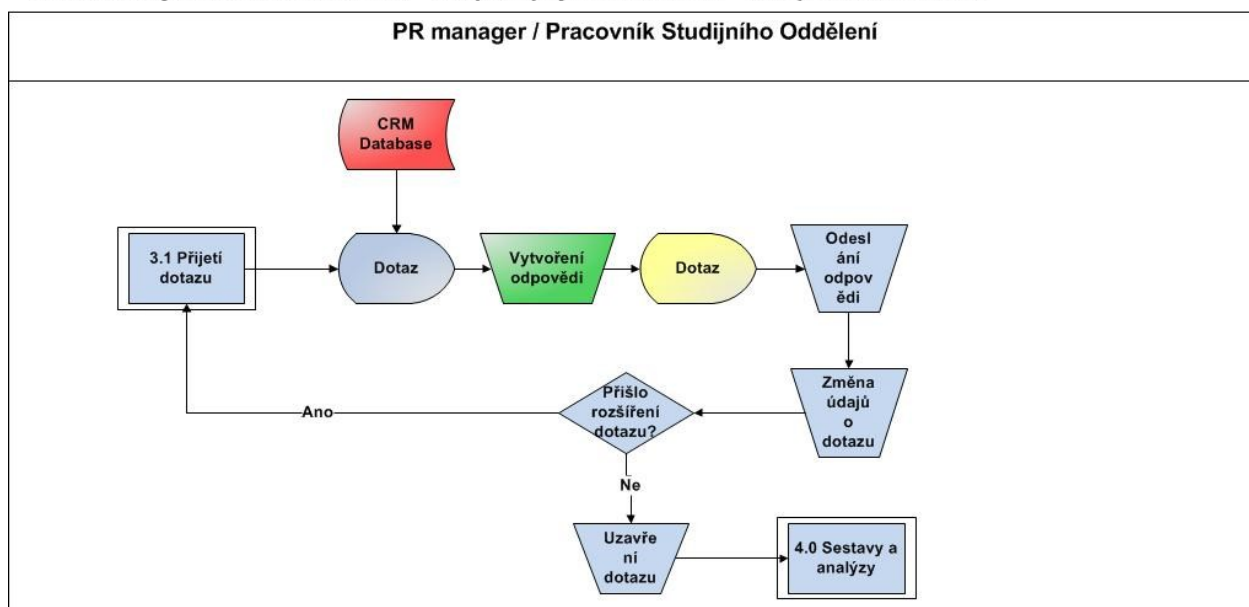
Obrázek P6.0.16 Správa dotazů, zdroj: vlastní zpracování

CRM systém bude podporovat jednoduchou správu dotazů od jednotlivých subjektů. Správa zahrnuje přijetí dotazu (3.1) a jeho následné zpracování (3.2) s tím že se tyto aktivity budou také monitorovat pomocí sestav a analýz (4.0). Jednotlivé pod procesy níže.



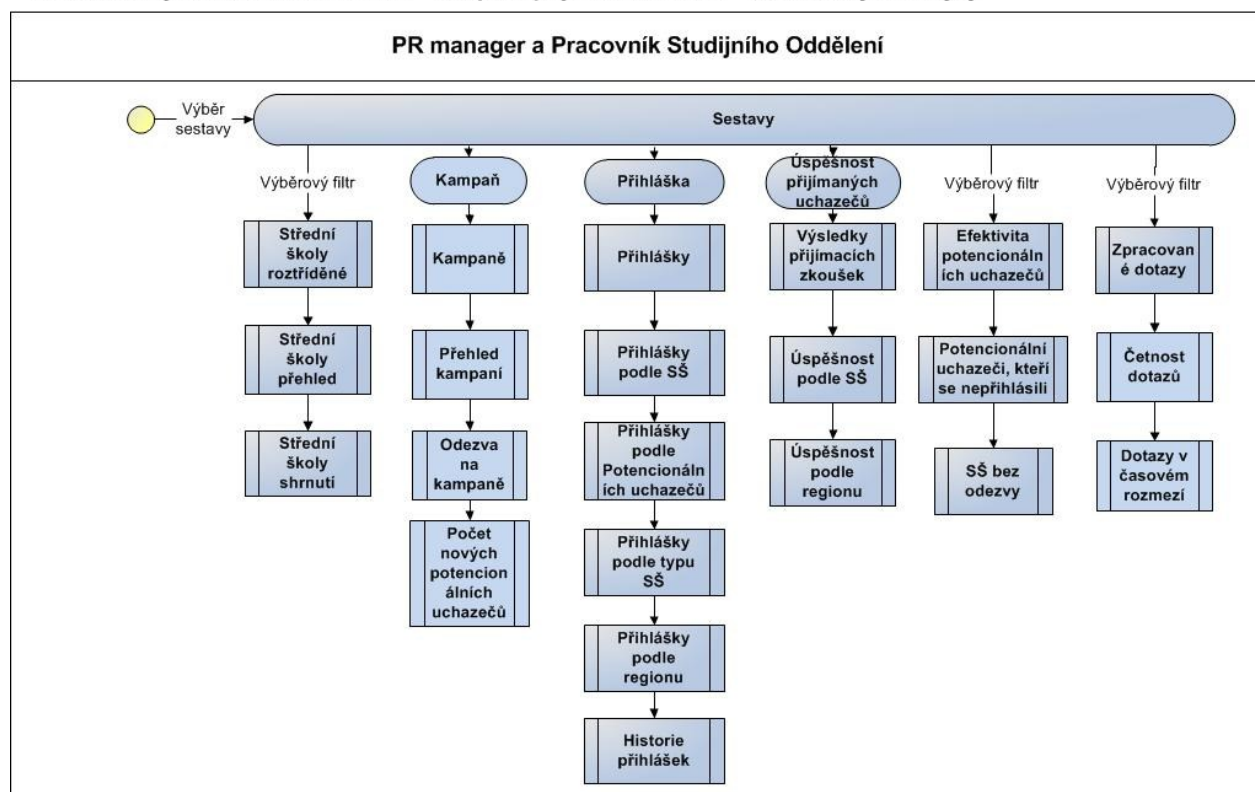
Obrázek P6.0.17 Přijetí dotazu, zdroj: vlastní zpracování

Přijetí dotazu bude prováděno z jednotlivých zdrojů a to v první řadě pomocí telefonu, emailu, webových stránek či profilu na některé ze sociálních sítí. Pracovník takovýto dotaz přijme a zjistí, zda již takovýto dotaz neexistuje. Pokud ano vybere jej přes formulář ze seznamu dotazů a následuje proces (3.2). Neexistuje-li tento dotaz, tak je zaveden do systému jako nový a pokračuje se na proces (3.2).



Obrázek P6.0.18 Zpracování dotazu, zdroj: vlastní zpracování

Zpracování dotazu převezme z předchozího procesu dotaz. Na tento dotaz uživatel odpoví buď pomocí předchozí odpovědi, nebo vytvoří odpověď novou. Tu doplní do formuláře k dotazu a odešle. Pokud na odpověď k dotazu tazatel neodpoví, je dotaz uzavřen. Takto obsloužené dotazy jsou zdrojem pro cenné analýzy a měření.



Obrázek P6.0.19 Sestavy a analýzy, zdroj: vlastní zpracování

Pod proces Sestavy a analýzy slouží k přehlednému zobrazení zaznamenaných údajů v databázi. Výše uvedené sestavy jsou jen příklady v Microsoft Dynamics CRM Online může uživatel vytvářet jednoduše své vlastní nové sestavy podle svých představ.

Příklady sestav obsahují:

Sestavy založené na středních školách, jejich přehledech a shrnutích tříděné podle jednotlivých kritérií.

Sestavy založené na kampaních, přehledy jednotlivých kampaní, odezvy na ně spolu se sledováním množství jednotlivých získaných potencionálních uchazečů.

Sestavy založené na přihláškách, přehledy množství podaných přihlášek z jednotlivých SŠ, regionů, typů SŠ, množství přihlášených již evidovaných potencionálních uchazečů či znovu přihlášených uchazečů.

Sestavy založené na výsledcích přijímacích zkoušek, přehledy výsledků přijímacích zkoušek skládaných na VŠ či ve Scio, výkonnosti jednotlivých SŠ a jejich nadaných studentů.

Sestavy založené na efektivitě kampaní, přehled přihlášených a přijatých potencionálních uchazečů, tak jako nepřijatých, spolu se SŠ, od kterých se nevrátila žádná odezva.

Příloha 7: Microsoft Dynamics CRM Online obecné systémové požadavky

Výkon

Požadavky: CRM řešení by mělo poskytnout přijatelný výkon jak na straně koncového uživatele, tak na straně serveru. Nedostatek výkonu může bránit v přijmutí řešení.

Vysvětlení: Microsoft Dynamics CRM Online je aplikace využívající nejnovější webové technologie a server je navržen přímo pro nasazení v Cloudu.

Dostupnost

Požadavky: Aplikace musí být dostatečně dostupná bez častých výpadků.

Vysvětlení: Vzhledem k povaze řešení v cloudu je dostupnost zajištěna prostřednictvím dohody o rozsahu služeb.

Možnost přizpůsobení a vylepšení

Požadavky: Řešení musí zvládat aktualizaci na nejnovější verzi a musí podporovat nejrůznější úpravy.

Vysvětlení: Microsoft Dynamics CRM Online aplikace je nesmírně flexibilní a přizpůsobitelný systém. Přizpůsobení a personalizace jsou uvedeny v následující tabulce.

Přizpůsobení/Personalizace	Popis	Podporovatelnost
Vytváření a přizpůsobení entity	Přizpůsobení entit jako je přidávání nových polí a pohledů	Podporuje
Vlastní sestavy	Použití SQL Server Reporting Services k modifikaci výchozích sestav nebo vytváření nových.	Podporuje
Úpravy na straně klienta	Použití jscriptu na formuláře entity k uplatnění obchodně logického chování.	Podporuje
Integrace na straně serveru	Použití Dynamics CRM SDK k vytvoření logiky na straně serveru.	Podporuje
Pluginy	Lze vytvářet vlastní obchodní logiku, pomocí Microsoft .NET můžeme odkazovat přímo na aplikační logiku.	Podporuje
Site map a ISV konfigurace	Uživatelské rozhraní a aplikace může být upravována jen pomocí těchto dvou souborů.	Podporuje
Změna souborů aplikace	Úprava některého z .aspx, nebo .js souboru. Instalace nebo přidávání souborů do složky Microsoft CRM.	Nepodporuje
Úpravy DLL knihoven	Odkazování z některého dekompilovaného Dynamics CRM.DLL souboru.	Nepodporuje

Tabulka P7.6 Přehled možností přizpůsobení, zdroj: vlastní zpracování

Přístup k systému a zabezpečení

Požadavky: Řešení musí splňovat některou ze služeb podobně jako Microsoft Active Directory.

Vysvětlení: Microsoft Dynamics CRM Online používá, k ověření uživatele Microsoft Windows Live. Pouze uživatelé s platným Windows Live účtem, se mohou přihlásit do systému. Ačkoli se správa přístupu na uživatelské úrovni provádí na žádost. Dynamics CRM používá zabezpečení založené na rolích a objektech, aby bylo snadno rozlišitelné, co může který uživatel v aplikaci vidět. Každý uživatel je přiřazen k jedné skupině a má nejméně jednu a více rolí. Aplikace podporuje schopnost vytváření zabezpečených rolí podle stanovených požadavků. Nicméně, zde není žádná spojitost s Windows Live síťovou adresářovou strukturou a zabezpečením Dynamics CRM aplikace. Veškeré aplikační zabezpečení je řízeno v rámci CRM.

Uživatelské rozhraní a přístup k aplikaci

Požadavky: Řešení musí být přístupné přes Webový prohlížeč tak jako by mělo být integrovatelné do Microsoft Office Outlook.

Vysvětlení: Microsoft Dynamics CRM je aplikace pro webový prohlížeč (podporovaný Microsoft Internet-Explorer). Navíc je také uživatelům dostupný Dynamics CRM Klient pro Microsoft Outlook.

Konverze dat

Požadavky: Microsoft Dynamics CRM musí být schopné importovat zájemce, střední školy, potencionální uchazeče, kontakty, přihlášky a výsledky přijímacích zkoušek.

Vysvětlení: Tato funkcionality je proveditelná pomocí Data Import Manager, nebo skrz software třetí strany.

Organizační struktury

Požadavky: Představené řešení musí podporovat organizační rozdělení podle jednotlivých fakult.

Vysvětlení: Microsoft Dynamics CRM je postaveno na konceptu Obchodních jednotek, které podporují požadovanou hierarchickou strukturu. Obchodní jednotka tak může představovat jednu fakultu na univerzitě. Obchodní jednotky jsou hierarchicky uspořádány a všichni uživatelé jsou k jedné obchodní jednotce přiřazeni.

Příloha 8: Tabulka výsledků Fit Gap analýzy

Analýza stupně vyhovění
požadavkům

VŠB -TU
Ostrava

Microsoft Dynamics CRM
Online

Části systému	Celkový počet požadavků dle části systému	Fáze 1																
		Standartní vlastnosti			Konfigurace			Workflow			Vlastní úpravy			ISV řešení				
		#	%		#	%	Hours	#	%	Hours	#	%	Hours	#	%	Hours		
Střední školy	2	2	100%	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0
Kontakty	6	1	17%	4	67%	0	1	17%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0
Zájemci	5	1	20%	2	40%	0	1	20%	0	0	0%	0	1	20%	0			
Přijímací řízení	4	1	25%	0	0%	0	3	75%	0	0	0%	0	0	0%	0			
Workflow	1	1	100%	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0			
Kampaně	4	2	50%	1	25%	0	0	0%	0	0	0%	0	1	25%	0			
Správa systému	8	5	63%	2	25%	0	0	0%	0	1	13%	0	0	0%	0			
Sestavy a analýzy	3	2	67%	1	33%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0			
Konverze dat	1	1	100%	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0			
Integrace	6	1	17%	0	0%	0	0	0%	0	3	50%	0	2	33%	0			
Celkem	40	17	42%	10	25%	0	5	13%	0	4	10%	0	4	10%	0			

Systém vyhovuje
z:42%+25%+13%+10%= 90%

Funkční požadavky dle kategorie

Standartní vlastnosti	Konfigurace	Workflow	Vlastní úpravy	ISV řešení
S1,S2,KO1,Z2,P2,W1,KA1,KA3,SS1,SS2,SS3,SS4,SS6,SA1,SA2,K1,I6	KO2,KO3,KO5,KO6,Z3,Z5,KA4,SS5,SS8,SA3	KO4,Z1,P1,P3,P4	SS7,I1,I2,I3	Z4,KA2,I4,I5

Příloha 9: Návrh jednotlivých entit řešení – doménové charakteristiky

Konfigurace a návrhy pro každou entitu v aplikaci Microsoft Dynamics CRM Online jsou v tomto dokumentu uvedeny pomocí těchto konvencí.

Zobrazované jméno entity [Původní název schématu]

Například:

Kontakt [contact]

Uživatel [Systemuser]

Následující formát tabulek a vlastnosti některých entit jsou převzaty z dokumentů metodiky Sure Step a představuje pouze zobrazovaná pole, zobrazení a sestavy.

1 Střední škola [account]

Záznam reprezentující střední školu.

1.1 Záložka obecné

1.1.1 Informace o střední škole

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Název*	Text Box	Jméno střední školy.	Maximální délka: 160
IZO číslo SŠ	Text Box	IZO číslo střední školy.	Maximální délka: 20
Nadřazená škola	Vyhledávání	Unikátní číslo nadřazené školy.	Bez možnosti
Hlavní telefon	Text Box	Hlavní telefonní číslo na střední školu.	Maximální délka: 50
Jiný telefon	Text Box	Druhé telefonní číslo na střední školu.	Maximální délka: 50
Fax	Text Box	Faxové číslo na střední školu.	Maximální délka: 50
Kontakt na ředitele	Vyhledávání	Unikátní identifikační číslo kontaktu ředitele SŠ.	Bez možnosti
Web	URL	Webová stránka střední školy.	Maximální délka: 200
E-mail	E-mailová adresa	Hlavní emailová adresa střední školy.	Maximální délka: 100
Zřizovatel	Množina voleb	Zřizovatel střední školy.	Hodnota Volba
			1 Kraj
			2 Stát
			3 Soukromník
			4 Církev

1.1.2 Sekce adresy

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Ulice	Text Box	Ulice s čp/or.	Maximální délka:	50
Městská část	Text Box	Část města.	Maximální délka:	50
Město	Text Box	Město.	Maximální délka:	50
PSČ	Text Box	Poštovní směrovací číslo adresy.	Maximální délka:	20
Kraj	Text Box	Kraj.	Maximální délka:	50
Země	Text Box	Země.	Maximální délka:	50

1.2 Sekce detailů

1.2.1 Sekce oborového zařazení

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Obor	Text Box	Oborové zařazení střední školy.	Maximální délka:	100
Typ SŠ	Množina voleb	Typ střední školy.	Hodnota	Volba
			1	Střední odborné učiliště
			2	Gymnázium
			3	Střední odborná škola
			4	Konzervatoř
			5	Střední integrovaná škola
			6	Ostatní

1.2.2 Popisová sekce

Pole	Typ	Popis	Možnosti
------	-----	-------	----------

Popis	Text Area	Popis střední školy.	Maximální délka:	2000
-------	-----------	----------------------	-------------------------	------

1.3 Administrační sekce

1.3.1 Vnitřní informační sekce

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Vlastník *	Vyhledávání	Jedinečný identifikátor uživatele nebo týmu, který vlastní SŠ.	Bez možnosti
Pocházející ze Zájemce	Vyhledávání	Jedinečný identifikátor zájemce, ze kterého byla vytvořena SŠ.	Bez možnosti

1.3.2 Sekce možnosti kontaktu střední školy

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Preferovaný	Výběr Seznam	Preferovaný způsob kontaktu střední školy.	Hodnota	Volba
			1	Jakékoliv *
			2	E-mail
			3	Telefon
			4	Fax
			5	Pošta
E-mail	Dvě možnosti	Informace o tom, zda povolit odesílání e-mailů na SŠ.	Hodnota	Volba
			0	Povolit *
			1	Nepovolit
Hromadné e-maily	Dvě možnosti	Informace o tom, zda povolit odesílání e-mailu přímo na SŠ.	Hodnota	Volba
			0	Povolit *
			1	Nepovolit
Telefon	Dvě možnosti	Informace o tom, zda umožní telefonovat na SŠ.	Hodnota	Volba
			0	Povolit *
			1	Nepovolit
Fax	Dvě možnosti	Informace o tom, zda povolit odesílání faxů na SŠ.	Hodnota	Volba
			0	Povolit *
			1	Nepovolit
Pošta	Dvě možnosti	Informace o tom, zda povolit odesílání pošty na SŠ.	Hodnota	Volba
			0	Povolit *
			1	Nepovolit

1.3.3 Informační sekce marketingu

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Odeslat marketingové materiály	Dvě možnosti	Informace o tom, zda povolit odesílání marketingové pošty na střední školu.	Hodnota	Volba
			0	Ano *
			1	Ne

Poslední datum součástí kampaně	Datum a čas	Datum a čas, kdy byla střední škola naposledy kontaktována jako součást marketingové kampaně.	Formát: Pouze datum
---------------------------------	-------------	---	----------------------------

1.4 Záložka poznámek

1.4.1 Sekce poznámky

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Poznámka: Text	Poznámky	[bez popisu]	Bez možnosti

1.5 Zobrazení Střední školy

Zobrazení rozšířeného hledání střední školy	Zobrazení přiřazené střední školy
Pole: Název střední školy Primární kontaktní Hlavní telefon Řazení: Název střední školy, vzestupně	Pole: Název střední školy Primární kontaktní Hlavní telefon Řazení: Název střední školy, vzestupně
Zobrazení vyhledávání střední školy	Aktivní střední školy
Zobrazená pole: Název střední školy Kontaktní adresa: Město Hlavní Telefon E-mail Prohledávaná pole: Název střední školy Číslo střední školy E-mail Řazení: Název střední školy, vzestupně	Pole: Název střední školy Primární Kontakt Hlavní Telefon Adresa 1: Město Řazení: Název střední školy, vzestupně
Neaktivní střední školy	Moje aktivní střední školy (výchozí)
Pole: Název střední školy Primární kontaktní Hlavní telefon Řazení: Název střední školy, vzestupně	Pole: Název střední školy Primární kontaktní Hlavní telefon Řazení: Název střední školy, vzestupně

1.6 Sestavy střední školy

Název přehledu	Typ	Používání
Přehled střední školy	Výchozí sestava	
Souhrn středních škol	Výchozí sestava	
Zanedbané střední školy	Výchozí sestava	

2 Kontakt [contact]

Jedná se o osobu přiřazenou dané obchodní jednotce či týmu, jako je v první řadě uchazeč, nebo jiná osoba (např. výchovný poradce na SŠ).

2.1 Obecná sekce

2.1.1 Obecná sekce

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
			Hodnota	Volba
Typ kontaktu*	Výběr Seznam	Typ kontaktu.	1	Uchazeč *
			2	Ostatní kontakty
Oslovení	Text Box	Oslovení pro korespondenci s kontaktem.	Maximální délka:	100
Jméno *	Text Box	Křestní jméno kontaktu.	Maximální délka:	50
Příjmení *	Text Box	Poslední jméno kontaktu.	Maximální délka:	50
Telefon	Text Box	První telefonní číslo kontaktu.	Maximální délka:	50
Telefon domů	Text Box	Druhé telefonní číslo kontaktu.	Maximální délka:	50
Mobilní telefon	Text Box	Číslo mobilního telefonu v kontaktu.	Maximální délka:	50
E-mail *	E-mailová adresa	První e-mailová adresa pro kontakt.	Maximální délka:	100
Fax	Text Box	Faxové číslo pro kontakt.	Maximální délka:	50
Nadřazená SŠ	Vyhledávání	Jedinečný identifikátor střední školy nebo kontaktu spojeného s kontaktem.	Bez možnosti	
Obor	Text Box	Obor kontaktu, ve kterém se nachází.	Maximální délka:	100

2.1.2 Sekce adresy

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Ulice	Text Box	Ulice s čp/or.	Maximální délka:	50
Městská část	Text Box	Část města.	Maximální délka:	50
Město	Text Box	Město.	Maximální délka:	50
PSČ	Text Box	Poštovní směrovací číslo adresy.	Maximální délka:	20
Kraj	Text Box	Kraj.	Maximální délka:	50
Země	Text Box	Země.	Maximální délka:	50

2.2 Sekce podrobností

2.2.1 Sekce osobních informací

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Pohlaví	Výběr Seznam	Pohlaví kontaktu.	Hodnota	Volba
			1	Muž
			2	Žena
Datum narození	Datum a čas	Datum narození kontaktu.	Formát:	Pouze datum
Rodné číslo	Text Box	Rodné číslo kontaktu	Maximální délka:	11
Státní příslušnost	Text Box	Státní příslušnost kontaktu.	Maximální délka:	50
Trvalý pobyt	Výběr Seznam	Má kontakt trvalý pobyt?	Hodnota	Volba
			1	Ano
			2	Ne

2.2.2 Sekce popisu

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Popis	Text Area	Popis kontaktu.	Maximální délka: 2000

2.3 Administrační sekce

2.3.1 Vnitřní informační sekce

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Vlastník *	Vyhledávání	Jedinečný identifikátor uživatele nebo týmu, který vlastní kontakt.	Bez možnosti
Pocházející ze Závěrečky	Vyhledávání	Jedinečný identifikátor zájemce, ze kterého byl vytvořen kontakt.	Bez možnosti

2.3.2 Sekce možnosti kontaktu střední školy

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Preferovaný	Výběr Seznam	Preferovaný způsob kontaktování kontaktu.	Hodnota	Volba
			1	Jakékoliv *
			2	E-mail
			3	Telefon
			4	Fax
			5	Pošta
E-mail	Dvě možnosti	Informace o tom, zda povolit odesílání e-mailů kontaktu.	Hodnota	Volba
			0	Povolit *
			1	Nepovolit
Hromadné e-mail	Dvě možnosti	Informace o tom, zda povolit odesílání e-mailu přímo kontaktu.	Hodnota	Volba
			0	Povolit *
			1	Nepovolit
Telefon	Dvě možnosti	Informace o tom, zda umožní telefonovat kontaktu.	Hodnota	Volba
			0	Povolit *
			1	Nepovolit
Fax	Dvě možnosti	Informace o tom, zda povolit odesílání faxů kontaktu.	Hodnota	Volba
			0	Povolit *
			1	Nepovolit
Pošta	Dvě možnosti	Informace o tom, zda povolit odesílání pošty kontaktu.	Hodnota	Volba
			0	Povolit *
			1	Nepovolit

2.3.3 Informační sekce marketingu

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Odeslat marketingové materiály	Dvě možnosti	Informace o tom, zda povolit odesílání marketingové pošty kontaktu.	Hodnota	Volba
			0	Ano *
			1	Ne
Poslední datum součástí kampaně	Datum a čas	Datum a čas, kdy byl kontakt naposledy kontaktován jako součást marketingové kampaně.	Formát:	Pouze datum

2.4 Záložka poznámek

2.4.1 Sekce poznámky

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Poznámka: Text	Poznámky	[bez popisu]	Bez možnosti

2.5 Zobrazení Kontakt

Aktivní Kontakty	Zobrazení souvisejícího kontaktu
Pole: Celé jméno Nadřazená SŠ Řazení: Celé jméno, vzestupně	Pole: Celé jméno E-mail Řazení: Celé jméno, vzestupně
Rychlé hledání aktivních kontaktů	Zobrazení vyhledávání kontaktů
Zobrazená pole: Celé jméno Nadřazená SŠ Adresa 1: Kraj Město Telefon E-mail Prohledávaná pole: E-mail Celé jméno Křestní jméno Příjmení Řazení: Celé jméno, vzestupně	Zobrazení pole: Celé jméno Nadřazená SŠ Adresa 1: Město: Telefon E-mail Najít pole: E-mail Křestní jméno Celé jméno Příjmení Řazení: Jméno kontaktní osoby, vzestupně
Kontakty: Žádné Aktiviny v rámci kampaně v posledních 3 měsících	Kontakty: Žádné přihlášky v posledním roce
Pole: Jméno a příjmení Datum poslední účasti kampaně Nadřazená SŠ Adresa 1: Město Řazení: Celé jméno, vzestupně	Pole: Celé jméno E-mail Nadřazená SŠ Řazení: Celé jméno, vzestupně
Kontakty: reagovali na kampaně v posledních 6 měsících	Neaktivní Kontakty
Pole: Celé jméno E-mail Nadřazená SŠ Řazení: Celé jméno, vzestupně	Pole: Celé jméno E-mail Nadřazená SŠ Řazení: Celé jméno, vzestupně
Moje aktivní Kontakty (výchozí)	Zobrazit rozšířené hledání kontaktů
Pole: Celé jméno E-mail Nadřazená SŠ Řazení: Celé jméno, vzestupně	Pole: Celé jméno E-mail Řazení: Celé jméno, vzestupně

2.6 Sestavy kontaktu

Název přehledu	Typ	Používání
Přehled kontaktu	Výchozí sestava	
Přehled uchazečů	Výchozí sestava	
Přehled ostatních kontaktů	Výchozí sestava	
Souhrn kontaktu	Výchozí sestava	
Historie kontaktu	Výchozí sestava	
Kontakty dle SŠ	Výchozí sestava	

3 Adresy [address]

Zahrnuje adresy uložené jako dodatečné k střední škole nebo kontaktu.

3.1 Obecná sekce

3.1.1 Sekce informací o adrese kontaktu

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Označení adresy*	Text Box	Název k identifikaci adresy.	Maximální délka:	200
Ulice	Text Box	Ulice s čp/or.	Maximální délka:	50
Městská část	Text Box	Část města.	Maximální délka:	50
Město*	Text Box	Město.	Maximální délka:	50
PSČ	Text Box	Poštovní směrovací číslo adresy.	Maximální délka:	20
Kraj	Text Box	Kraj.	Maximální délka:	50
Země	Text Box	Země.	Maximální délka:	50

3.1.2 Sekce telefonních čísel

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Hlavní telefon	Text Box	První telefonní číslo k adrese.	Maximální délka:	50
Fax	Text Box	Faxové číslo k adrese.	Maximální délka:	50

Telefon 2	Text Box	Druhé telefonní číslo k adrese	Maximální délka: 50
-----------	----------	--------------------------------	----------------------------

3.2 Zobrazení Adresy

Zobrazit rozšířené hledání adresy	Zobrazení zasílací adresy
Pole: Označení adresy PSČ Hlavní telefon Řazení: Označení adresy vzestupně	Pole: Označení adresy PSČ Hlavní telefon Řazení: Označení adresy vzestupně
Rozšířené zobrazení vyhledávané adresy	
Zobrazení pole: Označení adresy Ulice Město PSČ Najít pole: Označení adresy Řazení: Označení adresy vzestupně	

4 Zájemci [leads]

Zahrnuje v první řadě potenciální uchazeče. Zájemce lze převádět na základě rozhodnutí na střední školu, kontakt (uchazeče) nebo příležitost. Jinak může být smazán nebo archivován.

4.1 Obecná sekce

4.1.1 Jméno sekce

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Předmět zájmu*	Text Box	Předmět, který má vztah k zájemci.	Maximální délka: 100
Jméno*	Text Box	Jméno zájemce.	Maximální délka: 50
Příjmení*	Text Box	Příjmení zájemce.	Maximální délka: 50
Hodnocení	Výběr seznam	Velikost zájmu zájemce nadšený, neutrální, slabší zájem	Hodnota Volba
			1 Nadšený
			2 Neutrální *
			3 Slabší zájem
Nadřazená SŠ	Vyhledávání	Unikátní číslo nadřazené střední školy	Bez možnosti
Zdroj zájemce	Výběr seznam	Zdroj zájemce.	Hodnota Volba
			1 Reklama
			2 Známí

			3	Web
			4	Den otevřených dveří
			5	Výchovný poradce na SŠ
			6	Veletrh
			7	Sociální síť
			8	Ostatní
Obor zájmu	Text Box	Oborový zájem zájemce.	Maximální délka:	100

4.1.2 Sekce kontaktních informací

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
E-mail*	E-mailová adresa	E-mailová adresa na zájemce.	Maximální délka:	100
Telefon	Text Box	Telefonní číslo na zájemce.	Maximální délka:	50
Fax	Text Box	Faxové číslo na zájemce.	Maximální délka:	50

4.1.3 Sekce popisu

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Popis	Text Area	Popis zájemce.	Maximální délka:	2000

4.2 Sekce podrobností

4.2.1 Sekce adresy

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Ulice	Text Box	Ulice s čp/or.	Maximální délka:	50
Městská část	Text Box	Část města.	Maximální délka:	50
Město	Text Box	Město.	Maximální délka:	50

PSČ	Text Box	Poštovní směrovací číslo adresy.	Maximální délka:	20
Kraj	Text Box	Kraj.	Maximální délka:	50
Země	Text Box	Země.	Maximální délka:	50

4.2.2 Sekce informačního zájmu zájemce

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
			Hodnota	Volba
Oblast zájmu	Sada možností	Výběr oblastí zájmu zájemce.	1	metalurgie
			2	strojnictví
			3	ekonomie
			4	informatika
			5	bezpečnost
			6	stavebnictví
			7	hornictví

4.3 Administrační sekce

4.3.1 Sekce interních informací

Pole	Typ	Popis	Možnosti		
Vlastník*	Vyhledávání	Jedinečný identifikátor uživatele, který vlastní hlavní záznam.	Bez možnosti		
Stav	Výběr seznam	Stav zájemce.	Postavení	Hodnota	Volba
			Otevřít	1	Nový
			Otevřít	2	Kontaktován
			Kvalifikovaný	3	Kvalifikovaný
			Diskvalifikovaný	4	Ztracen
			Diskvalifikovaný	5	Nelze kontaktovat
			Diskvalifikovaný	6	Již nemá zájem
			Diskvalifikovaný	7	Zrušen
Zdroj kampaně	Vyhledávání	Jedinečný identifikátor zdrojové kampaně spojené s tímto zájemcem.	Bez možnosti		

4.3.2 Sekce možnosti kontaktu střední školy

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
			Hodnota	Volba
Preferovaný	Výběr Seznam	Preferovaný způsob kontaktu zájemce.	1	Jakékoliv *
			2	E-mail
			3	Telefon
			4	Fax
			5	Pošta
E-mail	Dvě možnosti	Informace o tom, zda povolit odesílání e-mailů zájemci.	0	Povolit *
			1	Nepovolit
Hromadné e-maily	Dvě možnosti	Informace o tom, zda povolit odesílání e-mailů přímo zájemci.	0	Povolit *
			1	Nepovolit
Telefon	Dvě možnosti	Informace o tom, zda umožní telefonovat zájemci.	0	Povolit *
			1	Nepovolit
Fax	Dvě možnosti	Informace o tom, zda povolit odesílání zájemci.	0	Povolit *
			1	Nepovolit
Pošta	Dvě možnosti	Informace o tom, zda povolit odesílání pošty zájemci.	0	Povolit *
			1	Nepovolit

4.3.3 Informační sekce marketingu

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
			Hodnota	Volba
Odeslat marketingové materiály	Dvě možnosti	Informace o tom, zda povolit odesílání marketingové pošty zájemci.	0	Ano *
			1	Ne
			Formát: Pouze datum	
Poslední datum součástí kampaně	Datum a čas	Datum a čas, kdy byl zájemce naposledy kontaktován jako součást marketingové kampaně.		

4.4 Záložka poznámek

4.4.1 Sekce poznámky

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Poznámka: Text	Poznámky	[bez popisu]	Bez možnosti

4.5 Zobrazení zájemce

Uzavření zájemci	Zobrazení rozšířeného hledání zájemců
Pole: Jméno Předmět zájmu Stav Vytvořen Převeden Řazení: Vytvořen, sestupně	Pole: Jméno E-mail Řazení: Jméno, sestupně
Zobrazení souvisejícího zájemce	Zobrazení vyhledávání zájemce
Pole: Jméno Předmět zájmu Stav Vytvořen Řazení: Vytvořen, vzestupně	Zobrazená pole: Předmět zájmu Jméno Stav Telefon E-mail Prohledávaná pole: Jméno Příjmení Stav Předmět zájmu Řazení: Jméno, vzestupně
Zájemci otevření minulý týden	Zájemci otevření tento týden
Pole: Jméno Předmět zájmu Stav Vytvořen Řazení: Vytvořen, sestupně	Pole: Jméno Předmět zájmu Stav Vytvořen Řazení: Vytvořen, sestupně
Zájemci: bez kontaktu v rámci kampaně	Zájemci: starší 6 měsíců
Pole: Jméno Datum Poslední kampaně Město Řazení: Jméno, vzestupně	Pole: Jméno Předmět zájmu Stav Vytvořen Řazení: Jméno, sestupně
Aktivní zájemci	Moji otevření zájemci (výchozí)
Pole: Jméno Hlavní kontakt Telefon E-mail Adresa: Město Řazení: Jméno, vzestupně	Pole: Jméno Předmět zájmu Stav Vytvořen Řazení: Jméno, sestupně
Otevření zájemci	Rychlé vyhledávání všech zájemců
Pole:	Zobrazovaná pole:

Jméno Hlavní kontakt Telefon E-mail Řazení: Jméno, sestupně	Předmět zájmu Jméno Nadřazená SŠ Vyhledávaná pole: Nadřazená SŠ Jméno Příjmení Předmět zájmu Řazení: Téma, vzestupně
---	--

4.6 Sestavy zájemců

Název přehledu	Typ	Používání
Efektivita zdrojů zájemců	Výchozí sestava	
Opomíjení zájemci	Výchozí sestava	
Shrnutí zájemců	Výchozí sestava	

5 Propagační seznam [marketinglist]

Skupina středních škol, kontaktů, nebo zájemců (potencionálních uchazečů) vytvořená pro marketingovou kampaň.

5.1 Obecná sekce

5.1.1 Sekce informací propagačního seznamu

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Název*	Text Box	Uživatelé definované jméno propagačního listu.	Maximální délka: 128
Typ členů *	Výběr Seznam	Informace o tom, jak byl propagační seznam vytvořen. Omezuje typ objektů, které mohou být přidány do seznamu.	Hodnota Volba
			1 Střední škola
			2 Kontakt
			4 Zájemce
Účel	Text Box	Důvod, proč byl vytvořen propagační seznam.	Maximální délka: 512
Zdroj	Text Box	Zdroj z propagačního seznamu.	Maximální délka: 128
Úpravy	Datum a čas	Datum a čas, kdy byl propagační seznam naposledy upraven.	Formát: Pouze datum
Naposledy použit	Datum a čas	Datum a čas, kdy byl seznam naposledy použit pro kampaň, s cílem vytvořit činnost, nebo k vytvoření nových příležitostí.	Formát: Pouze datum
Zamčený	Dvě možnosti	Označuje, zda je seznam uzamčen.	Hodnota Volba
			0 Ne *
			1 Ano
Vlastník *	Vyhledávání	Jedinečný identifikátor uživatele, který vlastní propagační seznam.	Bez možnosti

5.1.2 Sekce popisu

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Popis	Text Area	Popis propagačního seznamu.	Maximální délka: 2000

5.1.3 Sekce poznámky

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Poznámka: Text	Poznámky	[bez popisu]	Bez možnosti

5.2 Zobrazení propagačního seznamu

Aktivní propagační seznam	Neaktivní propagační seznam
Pole: Název Členský typ propagačního seznamu Naposledy použit Účel Řazení: Název, vzestupně	Pole: Název Členský typ propagačního seznamu Naposledy použit Účel Řazení: Název, vzestupně
Zobrazení rozšířeného hledání propagačního seznamu	Zobrazení souvisejícího propagačního seznamu
Pole: Název Členský typ propagačního seznamu Naposledy použit Účel Řazení: Název, vzestupně	Pole: Název Členský typ propagačního seznamu Naposledy použit Účel Řazení: Název, vzestupně
Zobrazení vyhledávání propagačního seznamu	Propagační seznamy použité v posledních 6 měsících
Zobrazovaná pole: Název Účel Členský typ propagačního seznamu Vyhledávaná pole: Název Řazení: Název, vzestupně	Pole: Název Členský typ propagačního seznamu Naposledy použit Účel Řazení: Název, vzestupně
Moje aktivní propagační seznamy (výchozí)	Rychlé vyhledávání aktivních propagačních seznamů
Pole: Název Členský typ propagačního seznamu Naposledy použit Účel	Zobrazovaná pole: Název Účel Členský typ propagačního seznamu Poslední použití

Řazení: Název, vzestupně	Vyhledávaná pole: Název Účel Řazení: Název, vzestupně
Nepoužité propagační seznamy	
Pole: Název Členský typ propagačního seznamu Naposledy použit Účel Řazení: Název, vzestupně	

5.3 Sestavy propagačních seznamů

Název přehledu	Typ	Používání
Porovnání kampaní	Výchozí sestava	
Přehled seznamů	Výchozí sestava	
Výpis členů seznamu	Výchozí sestava	

6 Kampaň [campaign]

Část pro kampaňové aktivity a odezvy, studijní plány, a seznamy k vytvoření, plánování, provedení a sledování výsledků specifické propagační kampaně během jejího životního cyklu.

6.1 Obecná sekce

6.1.1 Kampaň sekce podrobností

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Jméno *	Text Box	Název kampaně.	Maximální délka: 128
Důvod stavu*	Výběr Seznam	Důvod stavu kampaně.	Hodnota Volba
			0 Navrženo *
			1 Připraveno ke spuštění
			2 Zahájeno
			3 Dokončeno
			4 Zrušeno
			5 Pozastaveno
Kód kampaně	Textové pole	Jedinečný kód, název, který identifikuje kampaň.	Maximální délka: 32
Typ kampaně	Výběr Seznam	Typ kampaně.	Hodnota Volba
			1 Reklama *
			2 Přímý marketing
			3 Událost

			4	Propagace značky
			5	Další
Očekávaná odpověď	Celé číslo	Procentuální očekávání odpovědí na kampaň.	Min: 0	
			Max: 100	
Nabídka	Text Area	Cíle kampaně.	Maximální délka:	2000

6.1.2 Plánovací sekce

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Navrhované počáteční datum	Datum a čas	Navrhované datum zahájení kampaně.	Formát:	Pouze datum
Aktuální datum spuštění	Datum a čas	Skutečné datum zahájení kampaně.	Formát:	Pouze datum
Navrhované datum ukončení	Datum a čas	Navrhované datum ukončení kampaně.	Formát:	Pouze datum
Aktuální datum ukončení	Datum a čas	Skutečné datum ukončení kampaně.	Formát:	Pouze datum

6.1.3 Popisová sekce

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Popis	Text Area	Popis kampaně.	Maximální délka:	2000

6.2 Finanční sekce

6.2.1 Finanční sekce

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Celkové náklady na aktivity související s kampaní	Peníze	Součet všech skutečných nákladů na aktivity souvisejících s touto kampaní.	Min:	0
			Max:	10000000000000
			Přesnost:	2
Rozpočet přidělený	Peníze	Rozpočtované náklady na kampaň.	Min:	0
			Max:	10000000000000

			Přesnost: 2
Ostatní náklady	Peníze	Ostatní možné náklady na kampaň.	Min: 0
			Max: 1000000000000
			Přesnost: 2
Odhadované příjmy	Peníze	Očekávaný výnos z kampaně.	Min: 0
			Max: 1000000000000
			Přesnost: 2
Celkové náklady na kampaň	Peníze	Celkové skutečné náklady na kampaň.	Min: 0
			Max: 1000000000000
			Přesnost: 2

6.3 Administrační sekce

6.3.1 Administrační sekce

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Vlastník *	Vyhledávání	Jedinečný identifikátor uživatele, který vlastní kampaň.	Bez možnosti
Vytvořena	Datum a čas	Datum a čas, kdy byla vytvořena kampaň.	Formát: Pouze datum
Upravit	Vyhledávání	Jedinečný identifikátor uživatele, který poslední změnil kampaň.	Bez možnosti
Úpravy	Datum a čas	Datum a čas, kdy byla kampaň naposledy upravena.	Formát: Pouze datum

6.4 Sekce poznámky

6.4.1 Sekce poznámky

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Poznámka: Text	Poznámky	[bez popisu]	Bez možnosti

6.5 Zobrazení kampaní

Všechny kampaně a šablony kampaní	Zobrazení rozšířeného hledání kampaní
Pole: Název Šablona Důvod stavu Vytvořena Řazení: Název, vzestupně	Pole: Název Šablona Důvod stavu Vytvořena Řazení: Název, vzestupně
Zobrazení související kampaně	Zobrazení vyhledané kampaně
Pole: Název Šablona Důvod stavu Vytvořena Řazení: Název, vzestupně	Zobrazovaná pole: Název Vyhledaná pole: Název Řazení: Název, vzestupně
Šablona kampaně	Spuštěné kampaně
Pole: Název Důvod stavu Vytvořena Řazení: Název, vzestupně	Pole: Název Důvod stavu Vytvořena Řazení: Název, vzestupně
Moje kampaně (výchozí)	Rychlé vyhledávání v aktivních kampaních
Pole: Název Šablona Důvod stavu Vytvořena Řazení: Název, vzestupně	Zobrazovaná pole: Název Šablona Důvod stavu Vytvořena Prohledávaná pole: Kód kampaně Název Řazení: Název, vzestupně

6.6 Sestavy kampaní

Název přehledu	Typ	Používání
Stav aktivity kampaní	Výchozí sestava	
Porovnání kampaní	Výchozí sestava	
Výkon kampaně	Výchozí sestava	
Seznam událostí	Statická Excel sestava	Zprávy akce

7 Aktivita kampaně [campaignactivity]

Úloha provedená, nebo která bude provedena uživatelem k plánování, nebo spuštění kampaně.

7.1 Akce aktivity kampaně

7.1.1 Podrobnosti sekce

Pole	Typ	Popis	Možnosti		
Nadřazená kampaň *	Vyhledávání	Jedinečný identifikátor objektu, s nímž je spojena činnost kampaně.	Bez možnosti		
Důvod stavu	Výběr seznam	Důvod stavu činnosti kampaně.	Postavení	Hodnota	Volba
			Otevřen	1	Navržena
			Otevřen	0	Probíhá
			Otevřen	4	Čeká na vyřízení
			Otevřen	5	Systémem přerušena
			Otevřen	6	Dokončena
			Zavřen	2	Zavřena
			Zrušen	3	Zrušena
Kanál	Výběr Seznam	Kód typu kanálu pro činnosti kampaně.	Hodnota	Volba	
			1	Telefon	
			2	Událost	
			3	Dopis	
			4	Dopis přes hromadnou poštu	
			5	Fax	
			6	Fax přes hromadnou poštu	
			7	E-mail	
			8	E-mail přes hromadnou poštu	
			9	Další	
			10	Internetová reklama	
Typ	Výběr Seznam	Typ činnosti kampaně.	Hodnota	Volba	
			1	Výzkum *	
			2	Příprava obsahu	
			3	Tvorba cílového propagačního seznamu	
			4	Kvalifikace zájemců	
			5	Distribuce obsahu	
			6	Přímý první kontakt	

			7	Přímý následný kontakt
			8	Připomenutí Distribuce
Předmět *	Text Box	Předmět spojený s činností kampaně.	Maximální délka: 200	

7.1.2 Popisová sekce

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Popis	Text Area	Popis činnosti kampaně.	Maximální délka:	2000

7.1.3 Administrační sekce

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Vlastník *	Vyhledávání	Jedinečný identifikátor uživatele, který vlastní činnost kampaně.	Bez možnosti	
Externí dodavatel	Vyhledávání účastníka v seznamu	Jedinečný identifikátor partnera činnosti kampaně.	Bez možnosti	
Plánované zahájení	Datum a čas	Plánovaný čas začátku činnosti kampaně.	Formát:	Pouze datum
Skutečné zahájení	Datum a čas	Aktuální čas zahájení činnosti této kampaně.	Formát:	Pouze datum
Plánované ukončení	Datum a čas	Plánovaný čas konce činnosti kampaně.	Formát:	Pouze datum
Skutečné ukončení	Datum a čas	Skutečný konec doby činnosti kampaně.	Formát:	Pouze datum
Přidělený rozpočet	Peníze	Rozpočtované náklady na činnost kampaně.	Min:	0
			Max:	10000000000000
			Přesnost:	2
Skutečné náklady	Peníze	Skutečné náklady na činnost kampaně.	Min:	0
			Max:	10000000000000
			Přesnost:	2
Priorita	Výběr Seznam	Prioritní kód pro činnost kampaně.	Hodnota	Volba
			0	Nízký
			1	Normální *
			2	Vysoký

7.1.4 Nastavení Anti-Spamu: Vyloučí členy z propagačního seznamu, jestliže byl člen kontaktován v určitém časovém úseku

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Počet dnů	Celé číslo	Ignorovat, pokud kampaň probíhala v posledních X dnech.	Min: 0 Max: 9999

7.2 Záložka poznámek

7.2.1 Sekce poznámky

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Poznámka: Text	Poznámky	[bez popisu]	Bez možnosti

7.3 Zobrazení aktivit kampaně

Všechny aktivity kampaně	Zobrazení rozšířeného vyhledávání aktivit kampaně
Pole: Předmět Nadřazená kampaň Priorita Řazení: Předmět, vzestupně	Pole: Předmět Nadřazená kampaň Řazení: Předmět, vzestupně
Zobrazení související aktivity kampaně	Zobrazení vyhledávání aktivit kampaně
Pole: Předmět Vlastník Externí dodavatel Kanál Důvod stavu Řazení: Předmět, sestupně	Zobrazená pole: Předmět Nadřazená kampaň Prohledávaná pole: Předmět Řazení: Předmět, vzestupně
Probíhající aktivity kampaně	Moje aktivní aktivity kampaně (výchozí)
Pole: Předmět Nadřazená kampaň Priorita Řazení: Předmět, vzestupně	Pole: Předmět Nadřazená kampaň Priorita Řazení: Předmět, vzestupně
Rychlé vyhledávání aktivních aktivit kampaně	
Zobrazená pole: Předmět Nadřazená kampaň Prohledávaná pole: Předmět Řazení: Předmět, vzestupně	

7.4 Sestavy aktivit kampaně

Název přehledu	Typ	Používání
Stav aktivit kampaně	Výchozí sestava	
Porovnání kampaní	Výchozí sestava	

8 Odpověď na kampaň [campaignresponse]

Odezva od existujícího nebo nového subjektu (střední škola, kontakt, zájemce).

8.1 Sekce odezvy kampaně

8.1.1 Obecná sekce

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Nadřazená kampaň *	Vyhledávání	Jedinečný identifikátor objektu, s nímž je spojena odpověď kampaně.	Bez možnosti	
Kód odpovědi	Výběr Seznam	Kód odpovědi kampaně.	Hodnota	Volba
			1	Zájemce *
			2	Není zájem
			3	Neodesílat propagační materiály
			4	Chyba
Propagační kód	Text Box	Propagační kódové pojmenování související s touto odezvou.	Maximální délka:	250
Předmět *	Textové pole	Předmět spojený s odpovědi kampaně.	Maximální délka:	200

8.1.2 Obdrženo do existujícího subjektu

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Subjekt	Vyhledávání v seznamu subjektů	Subjekt, s nímž je spojena odpověď kampaně.	Bez možnosti	

8.1.3 Obdrženo od nového subjektu

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Název	Text Box	Název, s nímž je spojena odpověď kampaně.	Maximální délka:	100
Telefon	Text Box	Telefonní číslo subjektu, od něhož byla obdržena tato odpověď.	Maximální délka:	50
Příjmení	Text Box	Příjmení subjektu, od něhož byla obdržena tato odpověď.	Maximální délka:	50

E-mail	E-mailová adresa	E-mailová adresa subjektu, od kterého byla obdržena tato odpověď.	Maximální délka:	100
Křestní jméno	Text Box	Křestní jméno zákazníka, subjektu, od kterého byla obdržena tato odpověď.	Maximální délka:	50
Fax	Text Box	Faxové číslo subjektu, od kterého byla obdržena tato odpověď.	Maximální délka:	50

8.1.4 Sekce podrobností

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Kanál	Výběr Seznam	Kód typu kanálu odpovědi kampaně.	Hodnota	Volba
			1	E-mail
			2	Telefon
			3	Fax
			4	Dopis
			5	Událost
			6	Ostatní
Externí dodavatel	Vyhledávání účastníka v seznamu	Jedinečný identifikátor partnera činnosti kampaně.	Bez možnosti	
Přijato dne	Datum a čas	Datum, kdy byla tato odpověď kampaně obdržena.	Formát:	Pouze datum
Uzavřít do	Datum a čas	Plánovaný čas konce odpovědi kampaně.	Formát:	Pouze datum
Prvotní aktivita	Vyhledávání	Jednoznačný identifikátor činnosti, ze které vzniká odpověď kampaně.	Bez možnosti	

8.1.5 Popisová sekce

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Popis	Text Area	Popis činnosti kampaně.	Maximální délka:	2000

8.1.6 Administrační sekce

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Vlastník *	Vyhledávání	Jedinečný identifikátor uživatele, který vlastní odpověď kampaně.	Bez možnosti	

Priorita	Výběr Seznam	Priorita odpovědi kampaně.	Hodnota	Volba
			0	Nízká
			1	Normální *
			2	Vysoká

8.2 Záložka poznámek

8.2.1 Sekce poznámky

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Poznámka: Text	Poznámky	[bez popisu]	Bez možnosti

8.3 Zobrazení odpovědi na kampaň

Všechny odpovědi na kampaň	Zobrazení rozšířeného hledání odpovědi na kampaň
Pole: Předmět Nadřazená kampaň Kód odpovědi Priorita Řazení: Předmět, vzestupně	Pole: Předmět Nadřazená kampaň Kód odpovědi Řazení: Předmět, vzestupně
Zobrazení související s odpovědi na kampaň	Moje odpovědi na kampaň (výchozí)
Pole: Předmět Subjekt Přijatý Kód odpovědi Stav Řazení: Předmět, sestupně	Pole: Předmět Nadřazená kampaň Kód odpovědi Priorita Řazení: Předmět, vzestupně
Otevřené odpovědi na kampaň	Rychlé vyhledávání odpovědí na kampaň
Pole: Předmět Nadřazená kampaň Kód odpovědi Priorita Řazení: Předmět, vzestupně	Pole: Předmět Nadřazená kampaň Kód odpovědi Prohledávaná pole: Předmět Řazení: Předmět, vzestupně

8.4 Sestavy odezvy kampaně

Název přehledu	Typ	Používání
Stav aktivity kampaní	Výchozí sestava	
Porovnání kampaní	Výchozí sestava	
Odezvy podle zdroje zájemců	Dynamické kontingenční Excel tabulky	Akční sestavy

9 Studijní program [product]

Zahrnuje informace o jednotlivých studijních programech.

9.1 Obecná sekce

9.1.1 Sekce informací o studijním programu

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Číslo programu*	Text Box	Uživatelé definované číslo studijního programu.	Maximální délka: 50	
Název*	Text Box	Název studijního programu.	Maximální délka: 100	
Akreditován do*	Datum	Do kdy má studijní program akreditaci.	Pouze rok	
Typ studia*	Výběr Seznam	Typ studia studijního programu.	Hodnota	Volba
			1	Bakalářské
			2	Magisterské
			3	Navazující magisterské
			4	Doktorské
Fakulta*	Výběr Seznam	Fakulta, která zařazuje studijní program.	Hodnota	Volba
			1	Ekonomická fakulta (EKF)
			2	Fakulta stavební (FAST)
			3	Fakulta bezpečnostního inženýrství (FBI)
			4	Fakulta elektrotechniky a informatiky (FEI)
			5	Fakulta metalurgie a materiálového inženýrství (FMMI)
			6	Fakulta strojní (FS)
			7	Hornicko-geologická fakulta (HGF)
			8	Univerzitní studijní programy (USP)

9.1.2 Popisová sekce

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Popis	Text Area	Popis činnosti kampaně.	Maximální délka: 2000

9.1.3 Administrační sekce

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Vlastník *	Vyhledávání	Jedinečný identifikátor uživatele, který vlastní tento studijní program.	Bez možnosti

9.2 Záložka poznámek

9.2.1 Sekce poznámky

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Poznámka: Text	Poznámky	[bez popisu]	Bez možnosti

9.3 Zobrazení studijního programu

Aktivní studijní programy (výchozí)	Všechny studijní programy
Pole: Název Číslo programu Typ studia Fakulta Řazení: Název, vzestupně	Pole: Název Číslo programu Typ studia Fakulta Řazení: Název, vzestupně
Neaktivní studijní programy	Zobrazení rozšířeného hledání studijních programů
Pole: Název Číslo programu Typ studia Fakulta Řazení: Název, vzestupně	Pole: Název Číslo programu Typ studia Fakulta Řazení: Číslo programu, vzestupně
Zobrazení souvisejícího studijního programu	Zobrazení vyhledaného studijního programu
Pole: Název Číslo programu Typ studia Fakulta Řazení: Číslo programu, vzestupně	Zobrazená pole: Název Číslo programu Prohledávaná pole: Číslo programu Název Řazení: Název, vzestupně
Rychlé vyhledávání studijního programu	
Zobrazená pole: Název	

Číslo programu Fakulta Typ studia Prohledávaná pole: Název Řazení: Název, vzestupně	
--	--

9.4 Sestavy studijních programů

Název přehledu	Typ	Používání
Přehled studijních programů	Výchozí sestava	
Studijní programy dle fakult	Výchozí sestava	
Studijní programy dle SŠ na přihláškách	Výchozí sestava	

10 Studijní obor [nová entita]

Zahrnuje informace o jednotlivých studijních oborech.

10.1 Obecná sekce

10.1.1 Sekce informací o studijním oboru

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Číslo oboru*	Text Box	Uživatelem přiřazené číslo studijního oboru.	Maximální délka: 50
Název*	Text Box	Název studijního oboru.	Maximální délka: 100
Forma studia *	Výběr Seznam	Forma studia studijního oboru.	<div>HodnotaVolba</div>
			1Prezenční
			2Kombinované
			3CŽV
Místo*	Text Box	Místo výuky studijního oboru.	Maximální délka: 100
Studijní program*	Vyhledávání	Studijní program, pod který spadá studijní obor.	Bez možnosti

10.1.2 Popisová sekce

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Popis	Text Area	Popis činnosti kampaně.	Maximální délka: 2000

10.1.3 Administrační sekce

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Vlastník *	Vyhledávání	Jedinečný identifikátor uživatele, který vlastní tento studijní obor.	Bez možnosti

10.2 Záložka poznámek

10.2.1 Sekce poznámky

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Poznámka: Text	Poznámky	[bez popisu]	Bez možnosti

10.3 Zobrazení studijního oboru

Všechny obory (výchozí)	Zobrazení rozšířeného hledání studijních oborů
Pole: Název Číslo oboru Forma studia Místo Řazení: Název, vzestupně	Pole: Název Číslo oboru Forma studia Místo Řazení: Název, vzestupně
Zobrazení souvisejících studijních oborů	Zobrazení hledaných studijních oborů
Pole: Název Číslo oboru Forma studia Místo Řazení: Název, vzestupně	Zobrazená pole: Název Forma studia Prohledávaná pole: Název Řazení: Název, vzestupně
Rychlé vyhledávání aktivních studijních oborů	
Zobrazená pole: Název Forma studia Místo Prohledávaná pole: Název Řazení: Název, vzestupně	

10.4 Sestavy studijního oboru

Název přehledu	Typ	Používání
Přehled studijních oborů	Výchozí sestava	
Studijní obory podle studijního programu	Výchozí sestava	

11 Přihláška [salesorder]

Přihláška na studijní program/obor vysoké školy podaná uchazečem ze střední školy.

11.1 Obecná sekce

11.1.1 Sekce informací o přihlášce

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Číslo přihlášky*	Text Box	Číslo přihlášky.	Maximální délka:	100
Datum podání*	Datum a čas	Datum podání přihlášky uchazečem.	Formát:	Pouze datum
Studijní program*	Vyhledání	Unikátní identifikátor objektu představující studijní program.	Bez možnosti	
Studijní obor*	Vyhledání	Unikátní identifikátor objektu představující studijní obor.	Bez možnosti	
Uchazeč*	Vyhledání	Unikátní identifikátor objektu představující uchazeče (kontakt).	Bez možnosti	
Datum načtení*	Datum a čas	Datum načtení přihlášky z IS EDISON.	Formát:	Pouze datum

11.1.2 Sekce údaje o střední škole uchazeče

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Střední škola*	Vyhledání	Unikátní identifikátor objektu představující střední školu.	Bez možnosti	
Rok maturity*	Text Box	Rok kdy uchazeč maturoval.	Maximální délka:	4
Průměr známek	Desetinné číslo	Průměr známek za všechny 4 roky.	Min:	0
			Max:	5
			Přesnost:	2
Průměrná známka z maturity	Desetinné číslo	Průměrná známka ze všech předmětů maturity.	Min:	0
			Max:	5
			Přesnost:	2

11.2 Sekce ostatní

11.2.1 Dotazová sekce

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Odkud se dozvěděl	Výběr seznam	Odkud se uchazeč dozvěděl o studijním programu/oboru.	Hodnota	Volba
			1	Web
			2	Inzerce
			3	Den otevřených dveří
			4	Známí
			5	Výchovný poradce na SŠ
			6	Veletrhy
			7	Sociální síť
			8	Ostatní

11.2.2 Sekce informací o stavu přihlášky

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Stav přihlášky*	Výběr seznam	Stav přihlášky.	Hodnota	Volba
			1	Přijatá ke zpracování
			2	Registrovaná
			3	Přiját
			4	Nepřijat
			5	Doporučen k přijetí
Zaplacen poplatek*	Výběr seznam	Stav zaplacení poplatku.	Hodnota	Volba
			1	Nezaplacen*
			2	Zaslaná upomínka
			3	Zaplacen
Přijímací zkouška	Výběr seznam	Musí konat přijímací zkoušku?	Hodnota	Volba
			1	Ano*
			2	Ne
Informace k prominutí PZ	Text Box	Informace sloužící k rozhodnutí zda uchazeč musí absolvovat přijímací zkoušku.	Maximální délka:	2000
Počet bodů	Text Box	Výsledný počet bodů z přijímací zkoušky.	Maximální délka:	20

11.2.3 Sekce popisu

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Popis	Text Area	Popis propagačního seznamu.	Maximální délka: 2000

11.3 Administrační sekce

11.3.1 Sekce interních informací

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Vlastník*	Vyhledání		Bez možnosti

11.3.2 Sekce poznámky

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Poznámka: Text	Poznámky	[bez popisu]	Bez možnosti

11.4 Zobrazení přihlášek

Aktivní přihlášky	Všechny přihlášky
Pole: Uchazeč Studijní program Studijní obor Stav přihlášky Řazení: Studijní program, vzestupně	Pole: Uchazeč Studijní program Studijní obor Stav přihlášky Řazení: Studijní program, vzestupně
Moje přihlášky (výchozí)	Zobrazení rozšířeného hledání přihlášek
Pole: Uchazeč Studijní program Studijní obor Stav přihlášky Řazení: Uchazeč, vzestupně	Pole: Uchazeč Studijní program Studijní obor Stav přihlášky Řazení: Uchazeč, vzestupně
Zobrazení souvisejících přihlášek	Zobrazení hledání přihlášek
Pole: Uchazeč Studijní program Studijní obor Stav přihlášky Řazení: Studijní program, vzestupně	Zobrazená pole: Uchazeč Studijní program Studijní obor Prohledávaná pole: Uchazeč Řazení: Uchazeč, vzestupně
Rychlé hledání aktivních přihlášek	
Pole: Uchazeč Studijní program Studijní obor	

Stav přihlášky Prohledávaná pole: Uchazeč Řazení: Uchazeč, vzestupně	
---	--

11.5 Sestavy přihlášek

Název přehledu	Typ	Používání
Přehled přihlášek	Výchozí sestava	
Přihlášky podle programů	Výchozí sestava	
Přihlášky podle oborů	Výchozí sestava	
Přihlášky podle středních škol	Výchozí sestava	
Souhrn přihlášek	Výchozí sestava	

12 Případ [incident]

Případ představuje využití služeb, jednotlivých uživatelů k zodpovězení otázek, vyřešení problémů anebo ke zpracování žádostí osob komunikujících s VŠ. Dotazy jsou směřovány jak na podrobnosti o možnostech studia tak přímo k přijímacímu řízení. A k zodpovězení jsou využívány články ze znalostní databáze.

12.1 Obecná sekce

12.1.1 Přehledová sekce

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Název*	Text Box	Název případu.	Maximální délka::	200
Dotazce*	Vyhledávání v seznamu subjektu	Unikátní identifikátor střední školy, kontaktu nebo zájemce přiřazenému k případu.	Bez možnosti	
Předmět*	Vyhledávání	Unikátní identifikátor předmětu zájmu případu.	Bez možnosti	
Typ případu	Výběr seznam	Informace o typu případu.	Hodnota	Volba
			1	Dotaz
			2	Problém
			3	Žádost
Zdroj případu	Výběr seznam	Informace jak dotaz případ vznikl.	Hodnota	Volba
			1	Telefon
			2	E-mail
			3	Web
			4	Sociální síť
Spokojenost	Výběr seznam	Výše spokojenosti dotazce s vyřešením případu.	Hodnota	Volba
			5	Velká spokojenost
			4	Spokojenost

	3	Neutrální
	2	Nespokojenost
	1	Velká nespokojenost

12.1.2 Sekce informací o přiřazení

Pole	Typ	Popis	Možnosti		
Vlastník*	Vyhledávání	Unikátní identifikátor vlastníka případu.	Bez možnosti		
Důvod stavu	Stav	Důvod stavu případu.	Stav	Hodnota	Volba
			Aktivní	1	Probíhající
			Aktivní	2	Blokováno
			Aktivní	3	Čekající na podrobnosti
			Aktivní	4	Probíhá šetření
			Vyřešeno	5	Problém vyřešen
			Zrušeno	6	Zrušeno
Reagovat do	Datum a čas	Datum dokdy by měl uživatel patřičně zareagovat.	Formát:	Pouze datum	
Priorita	Výběr seznam	Priorita případu.	Hodnota	Volba	
			1	Vysoká	
			2	Normální*	
			3	Nízká	

12.1.3 Sekce informací o původci zájmu

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Studijní program	Vyhledávání	Unikátní identifikátor studijního programu spojeného s případem.	Bez možnosti
Kampaň	Vyhledávání	Unikátní identifikátor kampaně spojeného s případem.	Bez možnosti
Přihláška	Vyhledávání	Unikátní identifikátor přihlášky spojené s případem.	Bez možnosti

12.2 Záložka poznámek

12.2.1 Sekce poznámky

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Poznámka: Text	Poznámky	[bez popisu]	Bez možnosti

12.2.2 Sekce znalostní báze článků

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Článek	Vyhledávání	Unikátní identifikátor přiřazeného článku ze znalostní báze k případu.	Bez možnosti
Zobrazení článku	ZB zobrazení		Bez možnosti

12.3 Zobrazení případu

Aktivní případy	Všechny případy
Pole: Název Číslo případu Priorita Řazení: Název, vzestupně	Pole: Název Důvod stavu Číslo případu Priorita Vytvořen Řazení: Název, vzestupně
Zobrazení rozšířeného hledání případu	Zobrazení souvisejícího případu
Pole: Název Číslo případu Vytvořen Řazení: Název, vzestupně	Pole: Název Důvod stavu Číslo případu Vytvořen Řazení: Název, vzestupně
Zobrazení vyhledávání případu	Moje aktivní případy (výchozí)
Zobrazovaná pole: Název Dotazce Prohledávaná pole: Název Číslo případu Řazení: Název, vzestupně	Pole: Název Číslo případu Priorita Vytvořen Řazení: Název, vzestupně
Moje vyřešené případy	Rychlé hledání případu
Pole: Název Číslo případu Priorita Vytvořen Řazení: Název, vzestupně	Pole: Název Číslo případu Priorita Vytvořen Prohledávaná pole: Název Číslo případu Řazení: Název, vzestupně
Vyřešené případy	
Pole: Název Číslo případu Priorita	

Vytvořen Řazení: Název, vzestupně	
--------------------------------------	--

12.4 Sestavy případu

Název přehledu	Typ	Používání
Souhrn případů		
Zanedbané případy		
Nejpoužívanější články ze znalostní báze		

13 E-mail [email]

Aktivita, která využívá emailový protokol.

13.1 Sekce E-mail

13.1.1 Sekce informací o příjemci

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Od	Vyhledávání v seznamu	Kdo posílá e-mail.	Bez možnosti
Kopie	Vyhledávání v seznamu	Přeposlání kopie vybranému příjemci.	Bez možnosti
Komu	Vyhledávání v seznamu	Komu je email určen.	Bez možnosti
Skrytá kopie	Vyhledávání v seznamu	Přeposlání skryté kopie vybranému příjemci.	Bez možnosti

13.1.2 Popisová sekce emailu

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Předmět	Textové pole	Předmět spojený s emailovým obsahem.	Maximální délka: 200
Popis	E-mail tělo	Hlavní část textu e-mailu.	Maximální délka: 1073741823

13.1.3 Sekce podrobností emailu

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Týkající se	Vyhledávání v seznamu	Jedinečný identifikátor objektu, s nímž je spojen e-mail.	Bez možnosti
Vlastník *	Vyhledávání	Jedinečný identifikátor uživatele, který vlastní e-mailovou aktivitu.	Bez možnosti
Doba trvání	Trvání	Doba trvání e-mailové činnosti uvedená v minutách.	Min: 0 Max: 2147483647
Priorita	Výběr Seznam	Prioritní kód e-mailu.	Hodnota Volba

			0	Nízký
			1	Normální *
			2	Vysoký
Termín splnění	Datum a čas	Plánované ukončení e-mailové aktivity.	Formát:	Datum a čas
Kategorie	Textové pole	Kategorie činnosti.	Maximální délka:	250
Sub-Kategorie	Textové pole	Podkategorie e-mailové aktivity.	Maximální délka:	250

13.2 Sekce příloh

13.2.1 Sekce přílohy

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Příloha	Přílohy		Bez možnosti

13.3 Zobrazení E-mailu

Všechny emaily	Zobrazení rozšířeného hledání emailu
Pole: Předmět Od Komu Týká se Priorita Důvod stavu Změněno dne Řazení: Předmět, vzestupně	Pole: Předmět Od Komu Týká se Priorita Důvod stavu Změněno dne Řazení: Předmět, vzestupně
Zobrazení vyhledávání emailu	Moje koncepty emailu
Zobrazovaná pole: Předmět Týká se Změněno dne Prohledávaná pole: Předmět Řazení: Předmět, vzestupně	Pole: Předmět Týká se Změněno dne Komu Priorita Doba trvání Řazení: Změněno dne, vzestupně
Moje přijaté emaily (výchozí)	Moje odeslané emaily
Pole: Předmět Týká se Priorita	Pole: Komu Předmět Týká se

Termín splnění Řazení: Termín splnění, vzestupně	Priorita Termín splnění Řazení: Termín splnění, vzestupně
Rychlé hledání emailu	
Pole: Předmět Týká se Důvod stavu Komu Od Priorita Změněno dne Prohledávaná pole: Předmět Řazení: Předmět, vzestupně	

14 Telefonní hovor [phonecall]

Aktivita sledující telefonní hovor.

14.1 Sekce telefonního hovoru

14.1.1 Obecná informační sekce

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Odesílatel	Vyhledávání v seznamu	Ten kdo volá.	Bez možnosti	
Telefonní číslo	Textové pole	Telefonní číslo spojené s činností telefonního hovoru.	Maximální délka:	25
Příjemce	Vyhledávání v seznamu	Osoba, která je volána.	Bez možnosti	
Směr	Dvě možnosti	Kód směru na telefonát, příchozí nebo odchozí.	Hodnota	Volba
			0	Přicházející
			1	Odchozí *

14.1.2 Sekce popisu telefonního hovoru

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Předmět *	Textové pole	Předmět spojený s aktivitou telefonního hovoru.	Maximální délka:	200
Popis	Text Area	Popis aktivity telefonního hovoru.	Maximální délka:	2000

14.1.3 Sekce podrobnosti telefonního hovoru

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Týkající se	Vyhledávání v seznamu	Jedinečný identifikátor objektu, s nímž je spojen e-mail.	Bez možnosti	
Vlastník *	Vyhledávání	Jedinečný identifikátor uživatele, který vlastní e-mailovou aktivitu.	Bez možnosti	
Doba trvání	Trvání	Doba trvání e-mailové činnosti uvedená v minutách.	Min: 0	
			Max: 2147483647	
Priorita	Výběr Seznam	Prioritní kód e-mailu.	Hodnota Volba	
			0	Nízký
			1	Normální *
			2	Vysoký
Termín splnění	Datum a čas	Plánované ukončení e-mailové aktivity.	Formát:	Datum a čas
Kategorie	Textové pole	Kategorie činnosti.	Maximální délka:	250
Sub-Kategorie	Textové pole	Podkategorie e-mailové aktivity.	Maximální délka:	250

14.2 Záložka poznámek

14.2.1 Sekce poznámky

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Poznámka: Text	Poznámky	[bez popisu]	Bez možnosti

14.3 Zobrazení telefonních hovorů

Všechny telefonní hovory	Moje uskutečněné telefonní hovory
Pole: Předmět Odesílatel Příjemce Týkající se Stav aktivity Vytvořen Řazení: Předmět, vzestupně	Pole: Odesílatel Příjemce Předmět Týkající se Termín splnění Řazení: Termín splnění, sestupně
Moje telefonní hovory (výchozí)	Zobrazení rozšířeného hledání telefonních hovorů
Pole: Příjemce	Pole: Předmět

Telefonní číslo Předmět Týkající se Priorita Doba trvání Řazení: Doba trvání, vzestupně	Stav aktivity Priorita Doba trvání Vytvořen Týkající se Řazení: Předmět, vzestupně
Zobrazení vyhledávání telefonních hovorů	Moje telefonní hovory
Zobrazovaná pole: Předmět Doba trvání Stav aktivity Prohledávaná pole: Předmět Řazení: Předmět, vzestupně	Pole: Předmět Odesílatel Příjemce Týkající se Stav aktivity Vytvořen Řazení: Vytvořen, sestupně
Rychlé hledání telefonních hovorů	
Zobrazovaná pole: Předmět Stav aktivity Priorita Doba trvání Vytvořen Týkající se Prohledávaná pole: Předmět Řazení: Předmět, vzestupně	

15 Schůzka [appointment]

Setkání reprezentující čas začátku a konce trvání.

15.1 Sekce schůzky

15.1.1 Obecná informační sekce

Pole	Typ	Popis	Možnosti		
Předmět *	Textové pole	Předmět spojený se schůzkou.	Maximální délka: 200		
Povinní účastníci	Vyhledávání v seznamu	Seznam požadovaných účastníků na schůzku.	Bez možnosti		
Nepovinní účastníci	Vyhledávání v seznamu	Seznam volitelných účastníků na schůzku.	Bez možnosti		
Místo	Textové pole	Místo, kde má ke schůzce dojít.	Maximální délka: 200		
Zobrazit čas jako	Stav	Stav schůzky.			
			Postavení	Hodnota	Volba
			Otevřeno	1	Nezávazně
			Otevřeno	2	Má čas

		Dokončeno	3	Dokončeno
		Zrušeno	4	Zrušeno
		Plánováno	5	Nemá čas
		Plánováno	6	Mimo kancelář

15.1.2 Plánovací informační sekce

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Čas zahájení*	Datum a čas	Plánovaný čas začátku události.	Formát:	Datum a čas
Doba trvání	Trvání	Plánované trvání schůzky, uvedené v minutách.	Min:	0
			Max:	2147483647
Čas ukončení *	Datum a čas	Plánovaný čas konce události.	Formát:	Datum a čas
Celý den	Sada možností	Informace o tom, zda je schůzka celodenní akce.	Hodnota	Volba
			0	Ne *
			1	Ano
Priorita	Výběr Seznam	Prioritní kód e-mailu.	Hodnota	Volba
			0	Nízký
			1	Normální *
			2	Vysoký

15.1.3 Sekce popisu schůzky

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Popis	Text Area	Popis aktivity schůzky.	Maximální délka: 2000

15.2 Záložka poznámek

15.2.1 Sekce poznámky

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Poznámka: Text	Poznámky	[bez popisu]	Bez možnosti

15.3 Sekce podrobností

15.3.1 Sekce podrobnosti schůzky

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Týkající se	Vyhledávání v seznamu	Jedinečný identifikátor objektu, s nímž je spojena schůzka.	Bez možnosti

Vlastník *	Vyhledávání	Jedinečný identifikátor uživatele nebo týmu, který vlastní schůzku.	Bez možnosti	
Organizátor	Vyhledávání v seznamu	Osoba, která pořádala schůzku.	Bez možnosti	
Kategorie	Textové pole	Kategorie schůzky.	Maximální délka:	100
Sub-Kategorie	Textové pole	Podkategorie schůzky.	Maximální délka:	250

15.4 Zobrazení schůzek

Všechny schůzky (výchozí)	Zobrazení rozšířeného hledání schůzek
Pole: Předmět Týkající se Povinní účastníci Priorita Řazení: Předmět, vzestupně	Pole: Předmět Týkající se Stav Čas zahájení Čas ukončení Vytvořena Řazení: Předmět, vzestupně
Zobrazení vyhledávání schůzek	Moje schůzky
Zobrazovaná pole: Předmět Čas ukončení Stav Prohledávaná pole: Předmět Řazení: Předmět, vzestupně	Pole: Předmět Týkající se Místo Priorita Čas zahájení Čas ukončení Řazení: Čas zahájení, vzestupně
Moje skončené schůzky	Rychlé vyhledávání ve schůzkách
Pole: Předmět Týkající se Místo Čas zahájení Čas ukončení Řazení: Čas zahájení, vzestupně	Zobrazovaná pole: Předmět Povinní účastníci Čas zahájení Čas ukončení Místo Prohledávaná pole: Předmět Řazení: Předmět, vzestupně

16 Fax [fax]

Aktivita sledující odchozí faxy a počet jejich stránek. Lze také uchovávat jejich elektronickou kopii.

16.1 Sekce Fax

16.1.1 Sekce obecných informací

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Odesílatel	Vyhledávání v seznamu	Kdo posla fax.	Bez možnosti	
Faxové číslo	Textové pole	Telefonní číslo přijímajícího faxového zařízení.	Maximální délka:	50
Příjemce	Vyhledávání v seznamu	Osoba, která je příjemcem faxu.	Bez možnosti	
Směr	Dvě možnosti	Kód směru pro fax, příchozí nebo odchozí.	Hodnota Volba	
			0	Příchozí
			1	Odchozí *

16.1.2 Sekce popisu faxu

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Předmět *	Textové pole	Předmět spojený s aktivitou faxu.	Maximální délka: 200
Popis	Text Area	Popis aktivity faxu.	Maximální délka: 2000

16.1.3 Sekce podrobností faxu

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Týkající se	Vyhledávání v seznamu	Jedinečný identifikátor objektu, s nímž je spojena aktivita faxu.	Bez možnosti	
Vlastník *	Vyhledávání	Jedinečný identifikátor uživatele, který vlastní faxovou aktivitu.	Bez možnosti	
Doba trvání	Trvání	Skutečná doba trvání faxové aktivity v minutách.	Min: 0	
			Max: 2147483647	
Priorita	Výběr Seznam	Prioritní kód faxové aktivity.	Hodnota Volba	
			0	Nízká
			1	Normální *
			2	Vysoká
Termín	Datum a čas	Plánovaný čas ukončení aktivity	Formát: Datum a	

splnění	faxu.		čas	
Titulní strana	Úvodní stránka faxu	Název titulní stránky použité při odesílání faxu.	Bez možnosti	
Kategorie	Textové pole	Kategorie aktivity faxu.	Maximální délka:	250
Sub-Kategorie	Textové pole	Podkategorie aktivity faxu.	Maximální délka:	250

16.2 Záložka poznámek

16.2.1 Sekce poznámky

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Poznámka: Text	Poznámky	[bez popisu]	Bez možnosti

16.3 Zobrazení faxu

Všechny faxy	Zobrazení rozšířeného vyhledávání faxu
Pole: Předmět Odesílatel Příjemce Týkající se Směr Faxové číslo Priorita Termín splnění Stav aktivity Vlastník Řazení: Předmět, vzestupně	Pole: Předmět Stav aktivity Priorita Termín splnění Vytvořen Týkající se Řazení: Předmět, vzestupně
Zobrazení vyhledávání faxu	Moje faxy (výchozí)
Zobrazovaná pole: Předmět Stav aktivity Termín splnění Prohledávaná pole: Předmět Řazení: Předmět, vzestupně	Pole: Předmět Odesílatel Příjemce Týkající se Stav aktivity Vytvořen Řazení: Vytvořen, sestupně
Rychlé hledání faxů	
Zobrazovaná pole: Předmět Stav aktivity Priorita	

Termín splnění Vytvořil Týkající se Prohledávaná pole: Předmět Řazení: Předmět, vzestupně	
--	--

17 Dopis [letter]

Aktivita sledující doručení dopisu. Aktivita může obsahovat elektronickou verzi dopisu.

17.1 Sekce dopisu

17.1.1 Obecná informační sekce

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Odesílatel	Vyhledání v seznamu	Kdo dopis posílá.	Bez možnosti	
Adresa	Text Box	Adresa dopisu.	Maximální délka:	100
Příjemce	Vyhledání v seznamu	Kdo je příjemcem dopisu.	Bez možnosti	
Směr	Dvě možnosti	Směr zaslání dopisu.	Hodnota Volba	
			0	Příchozí
			1	Odchozí*

17.1.2 Sekce popisu dopisu

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Předmět*	Text Box	Předmět spojovaný s dopisem.	Maximální délka: 200
Popis	Text Area	Popis aktivity dopis.	Maximální délka: 2000

17.1.3 Sekce podrobností dopisu

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Týkající se	Vyhledávání v seznamu	Jedinečný identifikátor objektu, s nímž je spojen dopis.	Bez možnosti
Vlastník *	Vyhledávání	Jedinečný identifikátor uživatele, který vlastní dopis.	Bez možnosti
Doba trvání	Trvání	Doba trvání dopisu uvedená v minutách.	Min: 0 Max: 2147483647
Priorita	Výběr Seznam	Prioritní kód dopisu.	Hodnota Volba

			0	Nízký
			1	Normální *
			2	Vysoký
Termín splnění	Datum a čas	Plánované ukončení dopisu.	Formát:	Datum a čas
Kategorie	Textové pole	Kategorie dopisu.	Maximální délka:	250
Sub-Kategorie	Textové pole	Podkategorie dopisu.	Maximální délka:	250

17.2 Záložka poznámek

17.2.1 Sekce poznámky

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Poznámka: Text	Poznámky	[bez popisu]	Bez možnosti

17.3 Zobrazení dopisu

Všechny dopisy	Rozšířené vyhledávání dopisů
Pole: Předmět Odesílatel Příjemce Týkající se Směr Adresa Priorita Termín splnění Stav aktivity Vlastník Řazení: Příjemce, vzestupně	Pole: Předmět Stav aktivity Priorita Termín splnění Vytvořen Týkající se Řazení: Předmět, vzestupně
Zobrazení vyhledávání dopisů	Moje dopisy (výchozí)
Zobrazená pole: Předmět Termín splnění Stav aktivity Prohledávaná pole: Předmět Řazení: Předmět, vzestupně	Pole: Předmět Odesílatel Příjemce Týkající se Stav aktivity Vytvořen Řazení: Vytvořen, sestupně
Rychlé vyhledávání dopisů	
Zobrazovaná pole: Předmět	

Stav aktivity Priorita Termín splnění Vytvořen Týkající se Prohledávaná pole: Předmět Řazení: Předmět, vzestupně	
---	--

18 Úkol [task]

Aktivita představující práci, která má být v budoucnu provedena.

18.1 Sekce úkolu

18.1.1 Sekce popisu úkolu

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Předmět*	Text Box	Předmět spojovaný s úkolem.	Maximální délka:	200
Popis	Text Area	Popis úkolu.	Maximální délka:	2000

18.1.2 Sekce podrobnosti úkolu

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Týkající se	Vyhledávání v seznamu	Jedinečný identifikátor objektu, s nímž je spojen úkol.	Bez možnosti	
Vlastník *	Vyhledávání	Jedinečný identifikátor uživatele, který vlastní úkol.	Bez možnosti	
Doba trvání	Trvání	Doba trvání úkolu uvedená v minutách.	Min: 0	Max: 2147483647
Priorita	Výběr Seznam	Prioritní kód úkolu.	Hodnota	Volba
			0	Nízký
			1	Normální *
			2	Vysoký
Termín splnění	Datum a čas	Plánované ukončení úkolu.	Formát:	Datum a čas
Kategorie	Textové pole	Kategorie úkolu.	Maximální délka:	250
Sub-Kategorie	Textové pole	Podkategorie úkolu.	Maximální délka:	250

18.2 Záložka poznámek

18.2.1 Sekce poznámky

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Poznámka: Text	Poznámky	[bez popisu]	Bez možnosti

18.3 Zobrazení úkolu

Všechny úkoly	Moje úkoly (výchozí)
Pole: Předmět Týkající se Vlastník Priorita Termín splnění Stav Řazení: Předmět, vzestupně	Pole: Předmět Týkající se Priorita Termín splnění Řazení: Termín splnění, vzestupně
Rychlé vyhledávání úkolů	Zobrazení rozšířeného hledání úkol
Zobrazovaná pole: Předmět Stav aktivity Priorita Termín splnění Vytvořen Týkající se Prohledávaná pole: Předmět Řazení: Předmět, vzestupně	Pole: Předmět Stav aktivity Priorita Termín splnění Vytvořen Týkající se Řazení: Předmět, vzestupně
Zobrazení vyhledání úkolu	
Zobrazená pole: Předmět Termín splnění Stav aktivity Prohledávaná pole: Předmět Řazení: Předmět, vzestupně	

19 User [systemuser]

Osoba s přístupem k systému Microsoft Dynamics CRM, a která vlastní objekty v databázi aplikace Microsoft Dynamics CRM.

19.1 Obecná sekce

19.1.1 Sekce informací uživatele

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Jméno *	Textové pole	Křestní jméno uživatele.	Maximální 50

			délka:	
Hlavní telefon	Textové pole	První telefonní číslo spojené s adresou 1.	Maximální délka:	50
Příjmení *	Textové pole	Příjmení uživatele.	Maximální délka:	50
Telefon domů	Textové pole	Hlavní telefonní číslo pro uživatele.	Maximální délka:	50
Primární E-mail *	E-mailová adresa	Interní e-mailová adresa uživatele.	Maximální délka:	100
Mobilní telefon	Textové pole	Číslo mobilního telefonu pro uživatele.	Maximální délka:	50
E-mail 2	E-mailová adresa	Osobní e-mailová adresa uživatele.	Maximální délka:	100
Další telefon	Textové pole	Druhé telefonní číslo spojené s adresou 1.	Maximální délka:	50
Mobilní upozornění e-mailem	E-mailová adresa	E-mailová adresa pro mobilní upozornění uživatele.	Maximální délka:	100
Preferovaný Telefon	Výběr Seznam	Preferované telefonní číslo pro uživatele.	Hodnota	Volba
			1	Hlavní telefon *
			2	Další telefon
			3	Telefon domů
			4	Mobilní telefon
Titul	Textové pole	Titul uživatele.	Maximální délka:	100
Pager	Textové pole	Třetí telefonní číslo spojené s adresou 1.	Maximální délka:	50
Windows Live ID	E-mailová adresa	Windows Live ID	Maximální délka:	100
Fax	Textové pole	Faxové číslo pro adresu 1.	Maximální délka:	50

19.1.2 Sekce organizačních informací

Pole	Typ	Popis	Možnosti
Manažer	Vyhledávání	Jedinečný identifikátor nadřazeného uživatele.	Bez možnosti
Obchodní jednotka *	Vyhledávání	Jedinečný identifikátor obchodní jednotky, s níž je spojen uživatel.	Bez možnosti
Stav Pozvánky *	Výběr Seznam	Stav pozvání uživatele.	Hodnota
			Volba
			0 Pozvánka

			není odeslána*
		1	Pozvaný
		2	Pozvánka s končící platností
		3	Pozvánka vypršela
		4	Pozvánka přijata
		5	Pozvánka zamítnuta
		6	Pozvánka zrušena

19.1.3 Sekce konfigurace emailu

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Typ přístupu k E-mailu - Příchozí:	Výběr Seznam	Způsob přijetí e-mailu pro uživatele.	Hodnota	Volba
			0	Žádný
			1	Microsoft Dynamics CRM pro aplikaci Outlook *
			2	Směrovač E-mailu
			3	Předávací poštovní schránka
Typ přístupu k E-mailu - odchozí:	Výběr Seznam	Způsob odeslání e-mailu pro uživatele.	Hodnota	Volba
			0	Žádný
			1	Microsoft Dynamics CRM pro aplikaci Outlook *
			2	Přesměrovaný E-mail

19.2 Sekce adresy

19.2.1 Sekce Poštovní adresa

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Ulice 1	Textové pole	První řádek pro zadání informace o adrese 1.	Maximální délka:	50

Kraj	Textové pole	Kraj na adrese 1.	Maximální délka:	50
Ulice 2	Textové pole	Druhý řádek pro zadání adresy 1 informaci.	Maximální délka:	50
PSČ	Textové pole	Poštovní směrovací číslo pro adresu 1.	Maximální délka:	20
Ulice 3	Textové pole	Třetí řádek pro zadání adresy 1 informaci.	Maximální délka:	50
Země	Textové pole	Země na adrese 1.	Maximální délka:	50
Město	Textové pole	Název města na adrese 1.	Maximální délka:	50

19.2.2 Sekce jiná adresa

Pole	Typ	Popis	Možnosti	
Ulice 1	Textové pole	První řádek pro zadání informace o adrese 1.	Maximální délka:	50
Kraj	Textové pole	Kraj na adrese 1.	Maximální délka:	50
Ulice 2	Textové pole	Druhý řádek pro zadání adresy 1 informaci.	Maximální délka:	50
PSČ	Textové pole	Poštovní směrovací číslo pro adresu 1.	Maximální délka:	20
Ulice 3	Textové pole	Třetí řádek pro zadání adresy 1 informaci.	Maximální délka:	50
Země	Textové pole	Země na adrese 1.	Maximální délka:	50
Město	Textové pole	Název města na adrese 1.	Maximální délka:	50
Upřednostněná adresa	Výběr seznam	Uživatel upřednostněná adresa.	Hodnota	Volba
			1	Poštovní adresa*
			2	Jiná adresa
Přístupový režim *	Výběr Seznam	Typ uživatele.	Hodnota	Volba
			0	Plný *
			1	Správce
			2	Jen pro čtení
			3	Uživatelský

19.3 Zobrazení uživatele

Všichni uživatelé	Neaktivní uživatelé
Pole: Celé jméno Titul	Pole: Celé jméno Titul

Obchodní jednotka Hlavní telefon Řazení: Celé jméno, vzestupně	Obchodní jednotka Hlavní telefon Řazení: Celé jméno, vzestupně
Aktivní uživatelé (výchozí)	Rychlé vyhledávání uživatelů
Pole: Celé jméno Titul Obchodní jednotka Hlavní telefon Řazení: Celé jméno, vzestupně	Zobrazovaná pole: Celé jméno Hlavní telefon Obchodní jednotka Titul Hlavní E-mail Prohledávaná pole: Jméno Celé jméno Příjmení Hlavní E-mail Řazení: Celé jméno, vzestupně
Uživatelé s omezeným přístupem	Zobrazení uživatelů dle obchodních jednotek
Pole: Celé jméno Titul Obchodní jednotka Hlavní telefon Řazení: Celé jméno, vzestupně	Pole: Celé jméno Titul Obchodní jednotka Hlavní telefon Řazení: Celé jméno, vzestupně
Podřízení uživatelé	Zobrazení rozšířeného vyhledávání uživatelů
Pole: Celé jméno Titul Obchodní jednotka Hlavní telefon Řazení: Celé jméno, vzestupně	Pole: Celé jméno Titul Obchodní jednotka Hlavní telefon Řazení: Celé jméno, vzestupně
Zobrazení souvisejících uživatelů	Zobrazení vyhledávání uživatele
Pole: Celé jméno Titul Obchodní jednotka Stav Řazení: Celé jméno, vzestupně	Zobrazovaná pole: Celé jméno Hlavní telefon Obchodní jednotka Titul Hlavní E-mail Prohledávaná pole: Jméno Celé jméno Příjmení Hlavní E-mail Řazení: Celé jméno, vzestupně

19.4 Sestavy uživatele

Název přehledu	Typ	Používání
Přehled středních škol	Výchozí sestava	
Shrnutí středních škol	Výchozí sestava	
Stav aktivit kampaně	Výchozí sestava	
Porovnání kampaní	Výchozí sestava	
Výkonnost kampaně	Výchozí sestava	
Přehled přihlášek	Výchozí sestava	
Souhrn přihlášek	Výchozí sestava	
Přihlášky dle středních škol	Výchozí sestava	
Efektivita zájemců jako následných uchazečů	Výchozí sestava	
Zanedbané střední školy	Výchozí sestava	
Zanedbaní zájemci	Výchozí sestava	
Studijní programy dle středních škol	Výchozí sestava	
Studijní programy dle fakult	Výchozí sestava	
Studijní programy srovnání přihlášek s minulým rokem	Výchozí sestava	
Historie podaných přihlášek	Výchozí sestava	
Přehled uživatelů	Výchozí sestava	

20 Řídící panely

20.1 Řídící panely

VŠB - TUO bude využívat následujících Řídících panelů:

Dashboard Name	Dashboard Type	Charts Included	Views Included
Microsoft Dynamics CRM Overview	3 – Column Focused Dashboard	Zájemci dle kampaně Množství přihlášek Žebříček žádaných studijních programů	My Activities